

EL COMERCIO JUSTO: SU IMPACTO Y PROPUESTA DE MEJORA EN EL MUNICIPIO DE AREQUIPA, PERÚ

José Alfredo Díaz Flores

Pruebas dirigidas a la obtención del grado de Master en “Gestão
Autárquica” diciembre de 2018

Versión Final

INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS

Escuela de Gestión

Pruebas para la obtención del grado de Master en “Gestão Autarquica”

**EL COMERCIO JUSTO, SU IMPACTO Y PROPUESTA DE MEJORA EN EL MUNICIPIO DE
AREQUIPA, PERÚ**

Autor: José Alfredo Díaz Flores

Orientador: Doutor António Rodrigues

Diciembre de 2018

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la voluntad necesaria para terminar mis proyectos.

Agradezco a mis padres Pepe y Consuelo, por apoyarme y darme ánimos para finalizar la presente etapa de estudios.

Agradezco a mi tutor por tener la paciencia de indicarme todos los cambios a la presente investigación.

Resumen

El presente trabajo de investigación analiza el impacto social y económico del comercio justo en las PYME del sector textil, ubicadas en la región de Arequipa, Perú.

La investigación se centra en un caso específico del comercio justo, desarrollado en el Perú, el caso mencionado es el Plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo (BPCJ), que fue financiado por diferentes entidades, una de ellas es la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo (PROMPERU), entidad perteneciente al Gobierno Central del Perú, y las demás entidades son los diferentes gobiernos regionales, entre ellos el Gobierno Regional de Arequipa.

El objetivo de la investigación es determinar el impacto social y económico del plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo, que se desarrolla desde el año 2009, para conocer los cambios a nivel individual, familiar, micro empresarial, en los propietarios y trabajadores de las PYME textiles participantes, incluyendo también los cambios a nivel comunitario de la región de Arequipa.

El resultado de la investigación es positivo, en relación a las hipótesis planteadas en el diseño de investigación, entre los resultados más relevantes se puede mencionar una mejora en las capacidades empresariales de los propietarios y las capacidades operativas de los trabajadores, también se debe mencionar que se corroboró el progreso positivo, en la calidad de vida de los trabajadores de las PYME textiles, ésta mejora es uno de los principios que sustentan el comercio justo, confirmando que es una alternativa de desarrollo a nivel familiar , micro empresarial y comunitario en la región de Arequipa, y otras regiones del Perú.

Palabras Clave

Comercio Justo, PYME, comercio solidario, gobierno regional.

Abstract

This research work analyzes the social and economic impact of fair trade in the PYME of the textile sector, located in the region of Arequipa, Peru. The investigation focuses on a specific case of fair trade, developed in Peru, the case mentioned is the Fair Trade Practices Plan (BPCJ), which was financed by different entities, one of them is the Promotion Commission of Peru for Export and Tourism (PROMPERU), entity belonging to the Central Government of Peru, and the other entities are the different regional governments, including the Regional Government of Arequipa. The objective of the research is to determine the social and economic impact of the Fair Trade Practices Plan, which has been in place since 2009, to learn about individual, family and micro-enterprise changes in the owners and workers of textiles PYME's., including changes at the community level in the Arequipa region. The result of the research is positive, in relation to the hypotheses raised in the research design, among the most relevant results we can mention an improvement in the entrepreneurial skills of the owners and the operative capacities of the workers, it should also be mentioned that positive progress was corroborated, in the quality of life of workers of textile PYME, this improvement is one of the principles that sustain fair trade, confirming that it is an alternative for family, micro business and community development in the region of Arequipa, and other regions of Peru.

Keywords

Fair Trade, PYME , solidarity trade, regional government

Índice General

Resumen.....	V
Palabras Clave.....	V
Abstract	VI
Keywords.....	VI
Índice General.....	VII
Índice de Figuras	X
Índice de Tablas.....	XI
Abreviaturas	1
Capítulo 1: Planteamiento del Problema de Investigación	2
1.1 Problemática	2
1.2 Objetivos de Investigación.....	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Justificación	3
Capítulo 2: Marco Teórico.....	5
2.1 Definición Comercio Justo	5
2.2 Historia del Comercio Justo.....	6
2.3 Organizaciones Internacionales	6
2.3.1 WFTO (World Fair Trade Organization).....	7
2.3.2 Fairtrade internacional (FLO).....	7
2.3.3 EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo)	8
2.3.4 Red Europea de Tiendas del Mundo	8
2.4 Principios del comercio justo	8
2.5 Iniciativas del comercio justo en el sector textil a nivel mundial.....	9
2.6 Iniciativas del comercio justo en el Perú	11
2.7 Investigaciones sobre comercio justo	12
Capítulo 3: Marco Conceptual	15
3.1 Información General de la Provincia de Arequipa.....	15
3.1.1 Situación Geográfica.	15
3.1.2 Situación Poblacional.....	17
3.1.3 Situación Desarrollo humano y pobreza	18
3.1.4 Situación de Educación y Salud.....	19

3.1.5 Situación Servicios Básicos.....	20
3.1.6 Situación Empleo.....	20
3.2 Pequeña y Micro Empresa en el Perú.....	20
3.2.1 Concepto de Pequeña y Micro Empresa.....	20
3.2.2 Situación Nacional	20
3.2.3 Situación en la Provincia de Arequipa	23
3.3 Información del Presupuesto del Gobierno Regional de Arequipa	24
3.4 Plan de Implementación del Comercio Justo en las Mypes orientadas al Sector Textil	28
3.4.1 Aspectos Generales	28
3.4.2 Proyecto de Buenas Practicas del Comercio Justo.....	29
3.4.2.1 I Proyecto Piloto para Sistema de Comercio Justo en el Cluster Textil Peruano.....	29
3.3.2.2 Proyecto Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano del Sector Textil y Confecciones.....	37
Capítulo 4: Diseño de Investigación	44
4.1 Hipótesis.....	44
4.2 Alcance.....	45
4.3 Tipo de Diseño.....	45
4.4 Selección muestral	46
4.5 Técnicas de recolección de información.....	48
4.6 Variables, indicadores, unidades de análisis y fuentes	50
Capítulo 5: Análisis el Impacto del Plan de Implementación del Comercio Justo en la Región de Arequipa en los Aspectos Económicos y Sociales.....	55
5.1 El impacto a nivel individual.....	55
5.1.1 El impacto en los propietarios de las PYMES.....	55
Tabla 31: Detalle de las PYME Certificadas en la Región Arequipa.	56
5.1.2 El impacto en los trabajadores de las PYME.....	59
5.2 El impacto a nivel micro empresarial.....	61
5.3. El impacto a nivel familiar.....	64
5.4 El impacto a nivel comunitario	66
Capítulo 6: Propuesta de Mejora sobre el Plan de Implementación del Comercio Justo en las PYME Orientadas al Sector Textil	75
6.1 Propuesta de Desarrollo de la Estrategia Peruana de Comercio Justo	75
6.2 Propuesta de mejora en el plan de BPCJ	78
Capítulo 7: Conclusión.....	81

8. Bibliografía	87
9. Anexos	90
Anexo Nº 1: Lista de PYME inscritas en el plan BPCJ	90
Anexo Nº 2 Cálculo del Salario Promedio Mensual de los Trabajadores de las PYME	95
Anexo Nº 3: Estructura del Gobierno Regional de Arequipa	96
Anexo Nº 4: Cadena de Valor del Sector Textil.....	97
Anexo Nº5: Población de Camélidos por País Sudamericano	98
Anexo Nº 6: Buenas Prácticas de Comercio Justo “Reglamento de Uso de Marca”	99
Anexo Nº 7 Guía de entrevistas a los dueños de las Mypes	105
Anexo Nº 8: Guía de entrevistas a los trabajadores.....	108
Anexo Nº 9: Guía de entrevista a representantes de PROMPERU y Gobierno Regional de Arequipa	110
Anexo Nº 10: Lista de Entrevistados.....	112
Anexo Nº 11: Texto de las Entrevistas Realizadas a los Propietarios de las PYME	118
Anexo Nº 12: Texto de las Entrevistas Realizadas a los Representantes de PROMPERU y el Gobierno Regional.	135
Anexo Nº 13: Texto de las Entrevistas Realizadas a los trabajadores de las PYME textiles..	138

Índice de Figuras

Figura 1: Mapa de la Provincia de Arequipa.....	17
Figura 2: Distribución Poblacional Arequipa	18

Índice de Tablas

Tabla 1: Estructura Empresarial del Perú.	21
Tabla 2: Estructura Empresarial por Actividad Económica.	21
Tabla 3: Presupuesto por Nivel de Gobierno.	25
Tabla 4: Detalle del Gasto del Presupuesto Asignado a la Región Arequipa 2017.	26
Tabla 5: Detalle del Gasto del Presupuesto Asignado a la Región Arequipa 2018.	27
Tabla 6: Información General Financiamiento del Proyecto Piloto.....	31
Tabla 7: Actividades de la Primera Fase Proyecto Piloto.....	31
Tabla 8: Detalle Personal Contratado Primera Fase Proyecto Piloto.....	32
Tabla 9: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Primera Fase Proyecto Piloto.	32
Tabla 10: Actividades de la Segunda Fase Proyecto Piloto.	32
Tabla 11: Detalle Personal Contratado Segunda Fase Proyecto Piloto.....	33
Tabla 12: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Segunda Fase Proyecto Piloto.	33
Tabla 13: Actividades de la Tercera Fase Proyecto Piloto.....	34
Tabla 14: : Detalle Personal Contratado Tercera Fase Proyecto Piloto.....	34
Tabla 15: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Tercera Fase Proyecto Piloto.	34
Tabla 16: Actividades de la Cuarta Fase Proyecto Piloto.....	35
Tabla 17: Detalle Personal Contratado Cuarta Fase Proyecto Piloto.....	35
Tabla 18: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Cuarta Fase Proyecto Piloto.	35
Tabla 19: Detalle General de los Gastos realizados en el Proyecto Piloto.	36
Tabla 20: Información General Financiamiento del Proyecto Sistema de Comercio Justo.	37
Tabla 21: Actividades de la Primera Fase Proyecto Sistema de Comercio Justo.....	38
Tabla 22: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Primera Fase Proyecto Sistema Comercio Justo.....	40
Tabla 23: Actividades de la Segunda Fase Proyecto Sistema de Comercio Justo.....	41
Tabla 24: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Segunda Fase Proyecto Sistema Comercio Justo.....	42
Tabla 25: Detalle General de los Gastos realizados en el Proyecto Sistema Comercio Justo.	42
Tabla 26: Detalle de la Muestra Poblacional de las PYME.	46
Tabla 27: Resumen de Muestra de Entrevistados por Empresa.....	49
Tabla 28: Detalle de los Niveles de Impacto según Método Cadena de Impacto.....	50
Tabla 29 Detalle del Nivel de Impacto por Participante.	51
Tabla 30: Detalle de los Indicadores de Impacto.	52
Tabla 31: Detalle de las PYME Certificadas en la Región Arequipa.	56
Tabla 32: Resumen de los Resultados obtenidos del Impacto del Comercio Justo en las PYME.....	70

Abreviaturas

CAF	Banco de Desarrollo de América Latina.
BPCJ	Buenas prácticas de Comercio Justo.
CNCJ	Coordinadora de pequeños productores del Perú.
CLAC	Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo.
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International.
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática.
ODM	Objetivos de Desarrollo del Milenio.
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible.
OMC	Organización Mundial del Comercio.
ONG	Organización no gubernamental.
PROMPERU	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo.
PYME	Pequeña y Micro Empresa.
SUNAT	Superintendencia nacional de Administración Tributaria.
WFTO	World Fair Trade Organization.

Capítulo 1: Planteamiento del Problema de Investigación

1.1 Problemática

Las pequeña y micro empresas (PYME) orientadas al sector textil ubicadas en la región de Arequipa, participaron en el Plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo, creado en el 2009 por el gobierno central del Perú, cuya implementación fue realizada por una oficina gubernamental denominada PROMPERU, cuyo objetivo institucional es la promoción del turismo y de las exportaciones peruanas.

El objetivo general del Plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo, en adelante BPCJ, fue implantar los principios del comercio justo en las PYME textiles participantes, principios especificados a nivel mundial por la World Fair Trade Organization (WFTO); las PYME textiles inscritas, se encontraban localizadas en diferentes regiones del Perú, entre ellas Arequipa, y participaron en el plan BPCJ con el fin de obtener una certificación de comercio justo, cuya validez es a nivel nacional, la cual es de un costo económico menor a la certificación internacional brindada por la WFTO.

El problema del plan BPCJ, es la medición de resultados, la cual se limita solamente a un control según los indicadores señalados en el reglamento del plan BPCJ, los cuales son mostrados en el anexo N° 6, dichos indicadores no involucran el impacto social y económico de la certificación de comercio justo, en los propietarios y trabajadores de las PYME textiles participantes, tampoco contempla el impacto social y económico en la comunidad y en industrias relacionadas a las PYME textiles.

La carencia de la medición, afecta al plan BPCJ porque limita su capacidad de gestión, ya que no cuenta con retroalimentación de información de las PYME textiles participantes, para la toma de decisiones que involucra mejoras en el plan BPCJ o su posible aplicación a otros sectores industriales del Perú.

1.2 Objetivos de Investigación

1.2.1 Objetivo General

Analizar el impacto y desarrollar una propuesta de mejora del plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo, en las PYME orientadas al sector textil ubicadas en Arequipa, Perú.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Detallar el proceso y los objetivos del plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo, en las PYME orientadas al sector textil ubicadas en la región de Arequipa.
- Analizar el impacto del plan Buenas Prácticas del Comercio Justo en la región de Arequipa en los aspectos económicos y sociales.
- Desarrollar la propuesta de mejora sobre el plan Buenas Prácticas del Comercio Justo en las PYME orientadas al sector textil.

1.3 Justificación

El comercio justo, cuyo objetivo básico es ayudar al desarrollo social y económico de los pequeños productores, según La WFTO, se ha implementado para diferentes tipos de productos a lo largo de los años, a través de certificaciones internacionales, proporcionadas por la WFTO u otra organización a nivel mundial. En el Perú se ha desarrollado desde el 2009, un plan de Buenas Prácticas del Comercio Justo, aplicado a las PYME del sector textil, sector representativo de la economía peruana como parte de su PBI y de sus costumbres ancestrales.

El plan BPCJ ha sido financiado por la oficina gubernamental denominada PROMPERU, perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, y se ha realizado en diferentes localidades del Perú, entre ellas la región de Arequipa; el objetivo central del plan BPCJ es capacitar y brindar una certificación de comercio justo a las PYME textiles, participantes del programa.

La certificación brindada por el plan de BPCJ, ha tenido impactos no solamente comerciales (exportaciones), en las PYME textiles participantes, también ha tenido un

impacto en la situación social y económica de los propietarios y trabajadores de dichas PYME, así como en las empresas relacionadas con sus actividades económicas.

El impacto social y económico, explicado anteriormente, no es medido por ninguna de las entidades que se hace cargo de brindar la certificación de comercio justo, para el caso sería PROMPERU y el Gobierno Regional de Arequipa, donde también se desarrolló el plan, y la razón por la que no se obtiene la información, es porque no forma parte de sus objetivos organizacionales, dichos objetivos son publicados por las entidades mencionadas en sus portales de internet.

La carencia de información del impacto social y económico de la certificación del comercio justo, de las PYME textiles participantes, es un error en la misma estructura del plan de BPCJ, tal situación tampoco fue corregida por las instituciones que la promovieron en los años pasados, limitando la capacidad de conocimiento sobre las consecuencias de trabajar con una certificación de fairtrade.

La recopilación y análisis de los resultados, permitiría conocer si en realidad los recursos económicos brindados en su momento tuvieron algún efecto positivo en las PYME textiles, así como en su comunidad; los resultados también podrían brindar la posibilidad de repetir dicha experiencia en otros sectores productivos del Perú, por lo tanto conocer y analizar los resultados económicos y sociales es de vital importancia para aquellos productores que podrían verse beneficiados en un futuro.

Capítulo 2: Marco Teórico

En el presente capítulo se desarrolla la definición, historia, organizaciones, principios y certificaciones del comercio justo; también se mostrará las iniciativas del comercio justo en las PYME peruanas, centrándonos en las empresas del sector textil.

2.1 Definición Comercio Justo

El concepto de comercio justo ha ido evolucionando a partir de su aparición a finales de los años 40, en los Estados Unidos uno de los conceptos más usados por los diferentes autores es el proporcionado por FINE, el cual nos indica que *“El Comercio Justo es una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones en el comercio y garantizando los derechos de los productores y trabajadores marginados, particularmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo (apoyadas por consumidores) se comprometen activamente a apoyar a los productores, a sensibilizar a la opinión pública y llevar a cabo campañas a favor de cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional”*. (Socias Salvá and Doblas 2006).

Para FLO, el Fairtrade *“representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, Fairtrade es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.”* (Fairtrade Labelling Organizations International, FLO n.d.).

Igualmente en la página web de FLO nos brinda un concepto de comercio justo desde el punto de vista de los productores, *“Para los productores Fairtrade significa precios que intentan cubrir los costos de producción sostenible. También significa una Prima Fairtrade, acceso al crédito, relaciones comerciales de larga duración y en el caso de trabajadores contratados en condiciones de trabajo decentes.”* (Fairtrade Labelling Organizations International, FLO n.d.).

En el Perú la Coordinadora de pequeños productores del Perú (CNCJ), agrega en su página web estas ideas al concepto general, *“El Comercio Justo va más allá del intercambio: demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente.”* (Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Peru n.d.).

El análisis de los diferentes conceptos planteados por las organizaciones internacionales impulsoras de esta perspectiva nos muestra que la idea inicial de apoyar a las pequeñas empresas sureñas ha evolucionado, ya no sólo se habla sobre comprar a precio justo los productos agrícolas o de manufactura, ahora se busca fortalecer dichas empresas para que se mantengan en el mercado brindando capacitación para reforzar su estructura organizacional y perspectiva social, dicho objetivo se logra a través de las diferentes organizaciones internacionales que forman parte de FINE, que a la vez tienen representantes en cada país, con dichos representantes se busca capacitar e incentivar a poner en práctica los principios del comercio justo, para ello las empresas deberán pasar un proceso de certificación y

posteriormente someterse a controles periódicos que le permitan mantener los sellos respectivos de Fairtrade.

2.2 Historia del Comercio Justo

El desarrollo de comercio justo *“se inició entre los años 40-50 en Estados Unidos, allí se desarrollaron las primeras iniciativas: la organización Ten Thousand Villages (antes, Self Help Crafts) empezó comprando bordados de Puerto Rico, y otra entidad, SERRV, vendía artículos de artesanía realizados por comunidades del Sur. Muchos de estos artesanos estaban luchando contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios. En esta nueva forma de comercio solidario encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales. La primera tienda formal de “Comercio Justo” se abrió en 1958. Casi simultáneamente, en Europa, la ONG Oxfam en Reino Unido empezó a vender artesanías fabricadas por refugiados chinos en sus propios locales. Años más tarde, en 1964 se creó la primera Organización de Comercio Justo, en este mismo año en la ‘Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo’ (UNCTAD) los países del Sur, bajo el lema ‘Comercio, no ayuda’, solicitaron la aprobación de unas reglas comerciales más justas. En este contexto organizaciones y particulares promovieron la creación de tiendas “UNCTAD”, que vendían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando los aranceles de entrada”.* (Coordinadora Estatal de Comercio Justo n.d.).

“En 1967 se crea la primera organización importadora de Comercio Justo en Holanda (Fair Trade Organisatie). Dos años más tarde, abre la primera tienda europea, denominada “tienda del tercer mundo”, a partir de ahí comienza a establecerse la red de tiendas solidarias en varios países: Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. En las décadas de los 60 y 70 comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia”. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo n.d.).

Un año clave *“en la historia del Comercio Justo es 1973 ya que se comenzó a distribuir café, el primer artículo de alimentación, se trataba de café producido por cooperativas de agricultores de Guatemala bajo el nombre “Indio Solidarity Coffee”, esto supuso un importante crecimiento del Comercio Justo. En los años 70 y 80, el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchos productores. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación (té, miel, azúcar, cacao, frutos secos, etc.) y artesanías”.* (Coordinadora Estatal de Comercio Justo n.d.).

En la actualidad, las organizaciones más reconocidas a nivel internacional relacionadas al Fairtrade son las representadas por FINE, una asociación no oficial de cuatro de las principales redes de Comercio, el nombre FINE se explica de la siguiente manera, la letra F por Fairtrade Labelling Organizations International, la letra I por la International Fair Trade Association, now the World Fair Trade Organization, la letra N por la Network of European Worldshops y finalmente la letra E por la European Fair Trade Association.

2.3 Organizaciones Internacionales

En la presente sección se detallará las organizaciones internacionales más representativas a nivel internacional, las cuales brindan certificaciones de comercio

justo que son reconocidas y valoradas por las empresas interesadas en el comercio solidario.

2.3.1 WFTO (World Fair Trade Organization)

Es la Organización Mundial del Comercio Justo y *“se limita a certificar organismos que apoyan a pequeños productores que no son capaces de exportar por sus propios medios. Estas instituciones son las que deben demostrar su compromiso cumpliendo los 10 principios definidos por WFTO. A su vez, deben capacitar y hacer que los productores a quienes apoyan también hagan modificaciones para comprometerse con los estándares exigidos. El beneficio que consigue la organización con esto, es convertirse en una empresa exportadora con porcentajes de ganancias por cada producto que logra posicionar en el extranjero”*. (World Fair Trade Organization Latin America n.d.)

La WFTO, se centra en certificar productos como alimentos y artesanías, dicha certificación involucra que la empresa certificada, debe mostrar a los auditores de la WFTO, cuanto paga a sus trabajadores, cuanto de margen de ganancia ha obtenido en un período determinado, cuanto paga a sus proveedores y demás información acorde al reglamento desarrollado por la WFTO.

2.3.2 Fairtrade internacional (FLO)

“En el año 1997 se creó el Fairtrade Labelling Organizations International [FLO], con el fin de unificar las certificaciones desarrolladas hasta ese momento como Max Havelaar (Holanda), Transfair (Alemania, Austria, Luxemburgo, Italia), Fairtrade (Reino Unido e Irlanda), bajo criterios mas similares para que puedan integrarse en un solo proceso. En el año 2002, FLO lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo Fairtrade, el Internacional Fairtrade Certification Mark, con el fin de lograr un mejor alcance del comercio internacional y una mejor visibilidad del sello en los estantes de los supermercados, y hacer que los procesos de exportación de productores y exportadores sea menos complejo”. (Fairtrade Labelling Organizations International, FLO n.d.).

En la actualidad FLO agrupa a varias organizaciones orientadas al comercio justo, a nivel mundial, con el mismo objetivo desde su creación, promover los principios del comercio justo en el comercio mundial.

Entre los productos promovidos por FLO, que cuentan con certificación internacional de comercio justo, encontramos el algodón, el café, el banano, etc, cada uno de ellos con un procedimiento de certificación diferente, ya que los márgenes de ganancia de los productores depende de diferentes factores del mercado y ambientales, pero es una labor que realiza esta organización a nivel mundial.

2.3.3 EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo)

“Es una asociación de once importadoras de Comercio Justo en nueve países europeos (Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Holanda, España, Suiza y el Reino Unido). EFTA fue creada informalmente en 1987 por algunas de las más antiguas y grandes importadoras de Comercio Justo. Ganó reconocimiento oficial en 1990. El objetivo de la EFTA es apoyar a sus organizaciones miembros en su labor y les anima a cooperar y coordinarse. Facilita el intercambio de información y la creación de redes, crea condiciones para la división del trabajo e identifica y desarrolla proyectos conjuntos”. (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo 2017).

“EFTA tiene su sede en Maastricht y una oficina en Bruselas que se encarga de la ejecución del proyecto Fair Procura, financiado por la UE. El objetivo de este proyecto es explorar cómo incluir los criterios de Comercio Justo en las compras públicas y conseguir que las autoridades públicas y los compradores institucionales se conviertan en agentes locales de desarrollo sostenible. Forman parte de EFTA las organizaciones españolas de Comercio Justo, Ideas e Intermón Oxfam”. (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo 2017).

2.3.4 Red Europea de Tiendas del Mundo

La Red Europea de Tiendas del Mundo *“fue establecida en 1994, con oficinas en Holanda. NEWS! representa a 15 federaciones nacionales y regionales en 13 países. Sus objetivos son los de armonizar los criterios de mercado justo, apoyar la creación de instituciones nacionales de coordinación en los países en los que no existen aún y organizar las campañas de concientización al público a nivel Europeo”. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo n.d.).*

“NEWS! facilita la cooperación y la creación de redes entre sus miembros por medio del suministro de información (cartas, página web, etc.) y de la organización de una conferencia europea de tiendas de Comercio Justo cada dos años. Así mismo, desarrolla y coordina las campañas europeas –por ejemplo, “Food for Thought”, “Made in Dignity” o “Kidz@work”– y provee a sus miembros los materiales necesarios para participar. La Coordinadora Estatal de Comercio Justo es miembro de NEWS! desde 1996, junto con las organizaciones de tiendas de Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Italia, Países Bajos, Portugal, Suecia, Suiza y Reino Unido”. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo n.d.).

2.4 Principios del comercio justo

Las organizaciones internacionales como FLO se dedican a brindar sellos de comercio justo enfocados al producto, tales como el banano, café, algodón, etc. ,cuyos productores recibían una mínima parte de la ganancia del precio que se ofertaba al cliente final, bajo este modelo los intermediarios comerciales eran los que se beneficiaban con un margen de ganancia mayor pero al aplicarse el modelo de comercio justo se produjo una distribución de la ganancia mas justa.

En el caso de los productos con valor agregado, como las prendas de vestir, tienen variaciones en cuanto a su proceso, los modelos a desarrollar son diferentes por lo tanto no es igual que un kilo de banano o café, por lo tanto el sello de comercio justo es aplicado a las prácticas de gestión. La certificación por prácticas de gestión es

brindada por FLO y WFT, y para acceder a dicha certificación se debe cumplir los siguientes principios:

- *“un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe igualar, por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita,*
- *una relación estable y a largo plazo con los productores, así como la intervención de éstos en el establecimiento de normas de comercio justo”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“transparencia y rastreabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“el respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar la sostenibilidad del comercio justo”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“el respaldo a la producción y la entrada al mercado de las organizaciones de productores, actividades de sensibilización sobre la producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“el seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*
- *“evaluaciones de impacto periódicas sobre las actividades relacionadas con el comercio justo”. (Fairtrade Labelling Organizations International,FLO n.d.).*

Los principios detallados anteriormente fueron desarrollados para establecer el marco a certificar y controlar en caso una empresa decida obtener la certificación internacional.

2.5 Iniciativas del comercio justo en el sector textil a nivel mundial

El sector textil abarca diferentes tipos de productos terminados y para su correcto análisis la Organización Mundial del Comercio (OMC) distingue en sus estadísticas entre *textil “aquellos productos terminados o no en cuya composición intervienen materias textiles en su totalidad o en parte–, y las prendas de vestir –productos textiles, excluidos de la primera categoría, que están destinados a la vestimenta de las personas”,* la segunda categoría mencionada es una industria que se ha caracterizado por dividir sus etapas de producción en diferentes

países, las etapas relacionadas con el diseño y distribución son desarrolladas en los países del primer mundo, donde se encuentra las oficinas principales de las empresas transnacionales y el segmento del mercado al cual se dirigen, y la etapa de confección se localiza en países pobres donde la mano de obra es más económica, dicha operatividad ha generado que las ganancias de dicha industria se concentren en los países desarrollados, dejando poco margen para la mano de obra ubicada en los países menos desarrollados.

La OMC señala que *“el sector textil es al mismo tiempo una industria intensiva en trabajo y con bajos salarios y un sector innovador, según en el segmento del mercado en el que uno se centre”*, ejemplo claro de dicha situación es la industria de prendas de vestir en China, las compañías internacionales desarrollan el diseño y comercializan las prendas en Italia, Francia, Reino Unido, Japón, Estados Unidos pero subcontratan la etapa de confección en China, básicamente porque el factor de producción trabajo es mucho más barato en esa región económica y a medida que encuentren nuevas locaciones con costos reducidos se irán trasladando, últimamente regiones económicas ubicadas en África son el nuevo destino de las órdenes de producción, lo que provoca una deficiente distribución de los ingresos percibidos en dicha industria.

Actualmente el sector textil , en su división de prendas de vestir , es dominado por China que exporta el 34% de las partidas arancelarias 61-62 (Producto : 62 Prendas y complementos, de vestir, excepto los de punto ; Producto : 61 Prendas y complementos, de vestir, de punto) con respecto a las exportaciones mundiales en el 2016; en ese país se ha detectado que varios de los principios promovidos por el comercio justo no se aplican, como el pago del salario justo, responsabilidad social y compromiso con el medio ambiente.

La organizaciones internacionales promotoras del comercio justo se han preocupado en dicho sector, desarrollando criterios coherentes con la industria textil, procurando mejorar las condiciones del intercambio comercial pero aún no es muy significativo el número de empresas adscritas, entre dichas organizaciones se encuentran FLO, la cual tiene representantes regionales como la Fairtrade Federation, WFTO en Asia, Fairtrade Australia-New Zealand, la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores del Comercio Justo, Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria, Cooperation for Fair Trade in Africa y finalmente las

redes nacionales. Resultados oficiales respecto a el impacto de dichas organizaciones en empresas relacionadas al sector textil no existen a nivel global, sólo unas organizaciones como las ubicada en Europa se han preocupado en medir la evolución de las ventas de sus inscritos pero no están actualizadas las cifras de los últimos años lo que limita observar el progreso de su accionar.

2.6 Iniciativas del comercio justo en el Perú

El comercio justo en el Perú *“se manifiesta a partir de los años 80, al inicio como alternativa de solución a la precariedad económica de los productores que buscaban sobrevivir a la crisis económica que asolaba a la economía peruana por esos años, luego a inicios de los años 90 se ve impulsado el comercio justo por comercializadores internacionales que buscaban productos agrícolas, especialmente, en esta etapa los comercializadores en los países desarrollados eran los que poseían la certificación de comercio justo, todavía no se promovía la certificación a los productores; paralelamente se desarrollaban actividades de comercio local en las cuales se promovía la compra directa entre productor y consumidor final, generalmente a través de ferias ubicadas en la capital del Perú, Lima, y a través de programas del Estado se permitía la adjudicación directa de mercadería por parte de empresas locales o el mismo Estado de los productores ubicados en zonas alejadas de la capital. En los siguientes años se han ido creando agrupaciones de productores de diversos sectores industriales entre las pioneras podemos mencionar a la red Peruana de Comercio Justo y Consumo Ético así como: Centrales de asociaciones y cooperativas de productores, las cuales comercializan bienes (alimentos frescos, alimentos transformados, artesanías) y servicios (hospedaje, turismo). Son especialmente dignas de mención la Junta Nacional del Café, JNC (42,000 productores), la Central interregional de Artesanos del Perú, CIAP (800 productores), la Red de Agricultura Ecológica-RAE Perú y la Asociación Nacional de Productores Ecológicos-ANPE (12 000 productores), Red de Pequeños Bananeros de Comercio Justo (1 300 productores), Coordinación Nacional de Pequeños Productores de Comercio Justo, Coordinadora Sur Andina de Artesanos COSART, Federación Nacional de Mujeres Campesinas, Artesanas, Indígenas, Nativas y Asalariadas del Perú-FEMUCARINAP, Confederación Campesina del Perú- CCP”.* (Cotera Fretel n.d.).

“Organizaciones de productores de bienes y servicios, tales como los Grupos Impulsores de Economía Solidaria-GIES en 24 ciudades del país, Grupo Liberarte (300 productores), LAVI, Runak Pushar, Tejesol Huacho, Warmi Maqui; etc. Entidades promotoras, como Cáritas del Perú, Centro de Asesoría Laboral del Perú-CEDAL, Centro IDEAS, Comisión Episcopal de Acción Social-CEAS, Minka, Movimiento de Adolescentes y Niños Trabajadores Hijos de Obreros Cristianos MANTHOC, Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria Perú-RELACC Perú, Red Uniendo Manos Perú, Servicios Educativos El Agustino-SEA, Solidaridad para el Desarrollo, Coordinadora Rural y ACONSUR”. (Cotera Fretel n.d.)

“Organizaciones de consumidores, como Consumidores por el Desarrollo y Comité de Consumidores Ecológicos. • Empresas comercializadoras, como Allpa y Manos Amigas”. (Cotera Fretel n.d.).

Varias de las organizaciones mencionadas fueron creadas entre los años 2003-2010, y por diversas circunstancias han dejado de funcionar, actualmente la organización más representativa en el Perú es la Coordinadora de Pequeños Productores del Perú que *“es el órgano que representa a los pequeños productores organizados involucrados en el Comercio Justo, es responsable de realizar la concertación y ejecución del Plan Estratégico y, por ende, responsable del posicionamiento del Sistema en el Perú”.* (Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Peru n.d.), cabe indicar que se orienta a promover la certificación de sus miembros que se

dedican a la producción de café, algodón peruano, cacao, banano y otros, es decir se orienta a la certificación de productos, no difunde certificación en prácticas de gestión como es el caso del sector textil, por lo tanto una entidad del Estado desarrolló un programa denominado Buenas Prácticas del Comercio Justo, en el que se promueve la participación de PYME para la obtención de una certificación de comercio justo a nivel nacional y a medida que vayan mejorando sus ingresos podrían postular a la certificación internacional. El Estado brindó dicho programa porque ve necesario que las PYME tengan un valor agregado que las diferencie de la competencia internacional y a través del comercio justo puede lograr dicho objetivo, a la vez promueve la importancia del comercio justo entre los participantes dándoles a conocer que tener dicha certificación se ha convertido en una exigencia por parte de los consumidores internacionales ya que ellos califican a sus proveedores por su comportamiento ético hacia sus trabajadores y el ambiente.

2.7 Investigaciones sobre comercio justo

Aquí se mencionará investigaciones relevantes relacionadas a el tema principal de la presente investigación, dichas publicaciones son a nivel mundial y nacional.

“CLAC realizó una investigación orientada a analizar los casos latinoamericanos de Brasil, Ecuador y Colombia, específicamente los pasos que se han dado en estos países para el fomento del comercio justo, como una de las muchas expresiones de la economía solidaria. Entre las conclusiones más relevantes se encuentra la intención por parte de instituciones privadas, impulsadas por los productores, a comprometer a los gobiernos para promover una economía solidaria enfocada en la perspectiva económica social y no solamente la económica-financiera, para ello en Ecuador existe un compromiso a nivel constitucional llamado Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo en la cual conceptualiza propuestas concretas para un marco de políticas y acciones públicas coordinadas en el sector, dicha iniciativa carece de implementación según la investigación ya que no existe instituciones encargadas de los roles de rectoría, regulación y control, fomento y promoción del Comercio Justo”. (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo 2017).

Brasil también cuenta con un marco regulatorio a nivel constitucional que promueve el comercio justo pero a comparación de Ecuador, en este país sí se ha avanzado en la implementación que incluye integración de las políticas solidarias a los proyectos para el crecimiento de sectores empobrecidos del país, facilitación de ingreso a crédito para inversión pero a empresas comprometidas con el comercio justo, fomento de canales de comercialización y logística, incluso han desarrollado *“un programa de economía solidaria 2016-2019 en los cuales se especifica diversos objetivos a cumplir, algunos de los más relevantes son apoyar y fortalecer 20 000 emprendimientos económicos solidarios en*

sus procesos de producción, comercialización y logística, otro objetivo es implantar un sistema de economía solidaria para apoyar a mujeres, personas con dificultades físicas, personas dedicadas al reciclaje , todas ellas relacionadas al comercio justo”. (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo 2017)

“En Colombia no existe una normativa en la constitución nacional que hable específicamente de comercio justo pero si existe una política pública que promueve la economía solidaria , en dicho país la economía solidaria debe centrarse en la importancia del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía, para la promoción de dicho concepto se ha incentivado la creación de organizaciones que con el apoyo del Estado y de organizaciones internacionales como CLAC están impulsando proyectos de ley que mejoren la calidad de vida de los productores”. (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo 2017).

Otra investigación publicada habla sobre los problemas y potencialidades del comercio justo en los países de la Comunidad Andina de Naciones. *“El comercio justo en Bolivia no es apoyado por el gobierno central por la falta de conocimiento de dicho concepto, y los pocos que conocen acerca del tema lo enfocan desde el punto de vista de beneficios económicos dejando de lado la economía solidaria pero no todo es negativo, si se lograra consolidar un apoyo del gobierno con ayuda de las organizaciones privadas que sí tienen conocimiento sobre comercio justo se tendría un impacto inmediato ya que la cultura boliviana está relacionada con el trabajo comunitaria e igualdad de condiciones para sus integrantes, además de un respeto hacia la naturaleza”. (Cotera Fretel n.d.)*

En el Perú se ha identificado a entidades del Estado promotoras de la economía solidaria, las cuales han desarrollado diferentes estrategias para dar a conocer el comercio justo, entre ellas podemos mencionar *“las Bioferias las cuales han permitido conocer comunidades campesinas que quieren obtener un mejor precio por sus productos y por las características del proceso de producción la aplicación de los criterios de comercio justo son los más idóneos para obtener esa diferenciación que les permita lograr sus objetivos, también el Ministerio de la Producción ha lanzado un programa orientada a la certificación a nivel nacional de empresas orientadas al sector artesanías y textil para la aplicación de prácticas de comercio justo en sus procesos, dicho programa ha logrado varios avances a nivel de manejo de personal, manejo de materia prima, comercialización pero ve limitado su alcance porque varias pequeñas empresas no son formales o tiene la percepción de que obtener la certificación es una labor muy dificultosa”. (Cotera Fretel n.d.).*

Acerca de Colombia y Ecuador mencionan similares conclusiones que la anterior investigación, pero agregaremos que *“la visión a nivel de la Comunidad Andina de Naciones debe evolucionar ya que ahora se debe buscar el desarrollo integral de la economía, no solo la mejora de ingresos sino enfrentar la pobreza desde sus orígenes y el comercio justo es una alternativa viable y sostenible, pero dichos países deben superar dificultades como la implementación de políticas públicas a favor de las pequeñas empresas dedicadas al comercio justo, relacionar la defensa de los consumidores con el fairtrade, superar la percepción que los productos son elitistas y difundir que su consumo es favorable para todos, mejorar la cadena de distribución entre otros”. (Cotera Fretel n.d.).*

A nivel nacional se ha desarrollado diferentes investigaciones tales como la realizada en la Municipalidad de Sullana, cuyo objetivo *“es identificar las políticas públicas que simpatizan con la economía solidaria y a la vez establecer los medios con los que contaba dicho gobierno local para incentivar el comercio justo, entre las conclusiones más relevantes que señala dicha investigación mencionaremos a que el Estado a través de programas y proyectos específicos, principalmente del Ministerio de Agricultura , ha favorecido con inversión en algunos casos, a los productores vinculados al Comercio Justo, además ha identificado la existencia de capacidad operativa en los diferentes recursos con que cuenta la municipalidad, pero son limitados e inapropiados en algunos*

casos, para atender a los productores que están en una situación social de pobreza extrema los cuales está dispuestos a mejorar sus procesos productivos y ser capacitados para mejorar su calidad de vida”.

Capítulo 3: Marco Conceptual

El marco contextual de la presente investigación mostrará las características socio económicas de la provincia de Arequipa, también mostrará el Plan de Buenas Prácticas de Comercio Justo específicamente sus objetivos, alcances y resultados ya que la investigación necesita dicha información que es el marco de referencia para poder medir el impacto que es la razón de la investigación. Debemos resaltar que la información recopilada del plan de BPCJ es privada y no es de conocimiento público la inversión realizada y otros aspectos, por lo tanto la información brindada para su recopilación se obtuvo con la autorización respectiva.

3.1 Información General de la Provincia de Arequipa

La presente investigación se realiza en la región Arequipa, la cual es la segunda más importante a nivel nacional, es relevante conocer la situación económica-social y otros aspectos de la misma porque ayudará comprender en que realidad se están desempeñando las PYME dedicadas al sector textil orientadas al comercio justo.

3.1.1 Situación Geográfica.

A nivel provincial, *“Arequipa tiene una superficie de 9,682.00 km² en los que alberga un total de 29 distritos. De éstos, 18 constituyen la ciudad de Arequipa que representa el 30.5% de la extensión provincial. Los distritos que confirman la provincia son”* (Municipalidad Provincial de Arequipa n.d.):

- Alto Selva Alegre
- Arequipa
- Cayma
- Cerro Colorado
- Characato
- Chiguata
- Jacobo Hunter
- José Luis Bustamante y Rivero
- La Joya
- Mariano Melgar
- Miraflores

- Mollebaya
- Paucarpata
- Pocsi
- Polobaya
- Quequeña
- Sabandía
- Sachaca
- San Juan de Sigvas
- San Juan de Tarucani
- Santa Isabel de Sigvas
- Santa Rita de Sigvas
- Socabaya
- Tiabaya
- Uchumayo
- Vítor
- Yanahuara
- Yarabamba
- Yura

La ciudad de Arequipa se distribuye en 2,950.00 km², vale decir, en el 4.7% de la extensión regional. Yura, Cayma y Uchumayo, los distritos más grandes de la ciudad, conforman el 82% del área de la ciudad. En contraposición, los distritos de Alto Selva Alegre, Arequipa y Yanahuara representan tan sólo el 0.4% de su superficie total y son los más poblados de la ciudad.

Figura 1: Mapa de la Provincia de Arequipa.



Fuente: Municipalidad Provincial de Arequipa

3.1.2 Situación Poblacional.

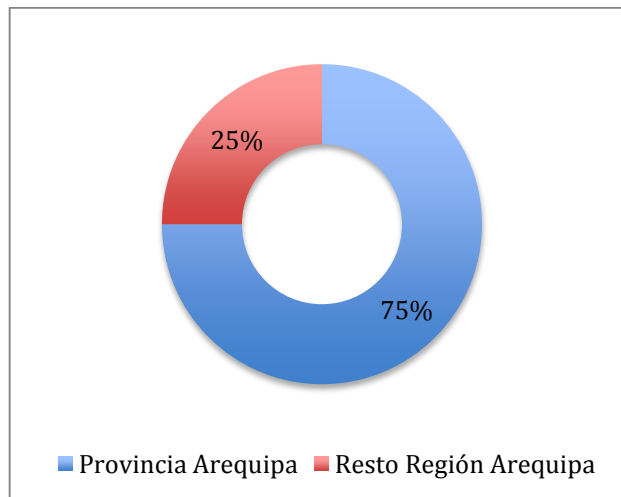
Según el Censo Nacional XI de Población y VI de Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2007, *“la población de la región Arequipa es de 1 152 303 millones de habitantes. Aproximadamente el 71.3% de este total se encuentra en la ciudad de Arequipa (821 mil habitantes)”*. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

En la figura Nº 2, en la siguiente página, se muestra la distribución poblacional de la provincia y la ciudad de Arequipa en relación al total regional. La ciudad de Arequipa alberga al 71% de la población total de la región en el 4.7% de su área geográfica, la densidad es de 278.4 habitantes por km², los distritos más densamente poblados son Arequipa y Alto Selva Alegre con 62 y 73 mil habitantes, respectivamente.

Cabe señalar que la superficie total de ambos distritos es tan sólo el 0.2% de la extensión de la ciudad, lo cual sumado a su alta participación poblacional explica su elevada concentración poblacional. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

“Simplificando el análisis se puede afirmar que nueve de cada diez habitantes se concentra en el área urbana de la región. Esto es un aspecto positivo porque la alta densidad poblacional permite la provisión de servicios de manera más eficiente por las economías de escala que se generan. Pero también imprime grandes retos como el ordenamiento urbano y la seguridad, entre otros. La densa congestión vehicular que hoy caracteriza a la ciudad de Arequipa, con la consecuente contaminación sonora y del aire, es producto de esta elevada concentración poblacional”. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

Figura 2: Distribución Poblacional Arequipa



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

3.1.3 Situación Desarrollo humano y pobreza

“Los indicadores pobreza monetaria e Índice de Desarrollo Humano (IDH) dan cuenta que la pobreza ha disminuido en el país y el desarrollo humano ha mejorado. Sin embargo, este último no lo ha hecho en la misma proporción. Ello se debe a que miden diferentes aspectos del bienestar. La pobreza se reduce principalmente con el crecimiento económico al mejorarse los ingresos de la población, mientras que el IDH además de la mejora del ingreso, debe lograr progresos en el logro educativo y la esperanza de vida”. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

En esta sección se analiza el Índice de Desarrollo Humano elaborado por el Programa de las Naciones Unidas (PNUD) y la tasa de pobreza monetaria elaborada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

Desarrollo humano

El Índice de Desarrollo Humano es una medición del desarrollo considerando tres dimensiones básicas: salud, educación e ingresos.

Los indicadores utilizados son: a) esperanza de vida al nacer, b) logro educativo, y c) ingreso bruto familiar per cápita.

Los últimos datos oficiales publicados son del 2012, *“la Región Arequipa ocupa el ranking 3 entre 25 departamentos del país; mostrando así una buena ubicación en términos de desarrollo humano. Incluso, la brecha actual respecto al promedio nacional se ha ampliado ligeramente respecto a la observada en el año 2003. Respecto a los componentes del IDH, la región se ubica entre el puesto 1 y el puesto 6 del ranking departamental, situándose en mejor posición en el indicador “Población de 18 años de edad con educación secundaria completa” (puesto 1) y en la posición con más desventaja relativa en el indicador “Esperanza de Vida al Nacer” (puesto 6)”*. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

Pobreza monetaria

La tasa de pobreza monetaria, como indicador de bienestar, mide la posibilidad de la población de satisfacer con sus gastos necesidades básicas alimentarias y no alimentarias. *“A nivel nacional, la incidencia de la pobreza total en 2015 fue 21,8 por ciento, un punto porcentual menor a la tasa de pobreza de 2014 (22,7 por ciento). Esta reducción ha permitido salir de la pobreza a poco más de 221 mil personas. Entre 2004 y 2015, la pobreza nacional se redujo en 37 puntos, de 58,7 a 21,8 por ciento, ello implicó una disminución considerable en el número de pobres de 16,1 millones a cerca de 6,8 millones. En periodo 2014-2015, la pobreza extrema se mantuvo prácticamente igual (aproximadamente cuatro de cada cien personas en el país eran pobres extremos en 2015)”*. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

En Arequipa se ha dado la misma tendencia. En el periodo 2004-2015, se observa una reducción de la misma, de 40 por ciento en 2004 a 8,2 por ciento en 2015 (-31,8 puntos porcentuales), manteniéndose en todo este periodo siempre por debajo del promedio nacional.

Asimismo, *“la reducción de la pobreza extrema ha sido importante tanto en el país (-12,4 puntos entre 2004 y 2015) como en Arequipa. En la región la reducción de 5,1 puntos significó que la pobreza extrema descendiera de un nivel de 5,9 por ciento en 2004 a 0,8 por ciento en 2015”*. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

3.1.4 Situación de Educación y Salud

Los indicadores años promedio de estudio y nivel educativo son relativamente elevados en la región. *“En 2015, la región tiene 10,9 años de estudio promedio y supera al registro nacional (10,1 años), no existiendo casi diferencia entre la población masculina y femenina. Asimismo, el nivel educativo alcanzado por la población de 15 y más años es más alto que el promedio del país; en particular el nivel superior (37,5 por ciento en 2015), aunque se ha reducido respecto al nivel de 2014. En el nivel superior, Arequipa tiene un 17,1 por ciento de población mayor de 15 años de edad con educación superior no universitaria y 20,4 por ciento con educación universitaria. La población con educación secundaria se ha incrementado respecto al nivel de 2014 en 2,2 puntos porcentuales”*. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

“El estado de salud de la población arequipeña, en particular el de la niñez y la madre, puede ser sintetizado por dos indicadores importantes: la mortalidad infantil y la mortalidad materna. La reducción de ambos indicadores estaban contemplados en los Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015 (ODMs) en muchos de los cuales el Perú ha logrado grandes avances. Sin embargo, la Organización de las Naciones Unidas considera que estos indicadores deben ser todavía incluidos en los nuevos Objetivos de Desarrollo al 2030 (Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS21), en particular en el ODS 3 “Buena Salud”. Ello debido a que todavía fallecen niños a causa de enfermedades prevenibles, como el sarampión y la tuberculosis, y las madres mueren en una alta proporción por problemas en el embarazo o parto en algunas regiones en desarrollo. El ODS 3 busca la cobertura universal de salud y el acceso a medicamentos y vacunas seguras y e caces para todos”. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

Respecto a la salud infantil, *“los principales indicadores son la **tasa de mortalidad infantil** y la **tasa de mortalidad en la niñez** . Las tasas de mortalidad infantil y en la niñez son relativamente bajas y muestran un descenso considerable desde el 2000 cuando en Arequipa se registraban niveles de 40 y 58 por mil nacidos vivos respectivamente”*. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

3.1.5 Situación Servicios Básicos

En Arequipa, “desde un nivel de 86 por ciento de hogares abastecidos con **agua por red pública** en 2001, hoy se alcanza al 93,4 por ciento de éstos. En todo el periodo considerado (2001-2015), la región se ubica por encima del promedio nacional y su crecimiento ha sido de 7,5 puntos porcentuales. Con este nivel, Arequipa se ubica como la mejor región abastecida de agua potable en el país en 2015”. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

3.1.6 Situación Empleo

La creación de empleo urbano en Arequipa es importante. “El empleo urbano medido por el Índice de empleo en empresas de 10 y más trabajadores del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo muestra a la ciudad de Arequipa con un alto crecimiento en el empleo urbano entre 2008-2015 (37,1 por ciento) y en el último año, el empleo en la ciudad de Arequipa creció en 3,3 por ciento”. (Banco Central de Reserva del Perú n.d.)

3.2 Pequeña y Micro Empresa en el Perú

3.2.1 Concepto de Pequeña y Micro Empresa

En el Perú las pequeñas y micro empresas son supervisadas por la Superintendencia Nacional Administrativa de Tributos (SUNAT), la cual las define como:

“Régimen que comprende a Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable”.

Los 1700 UIT mencionados son equivalentes a USD 2'170 770 aproximadamente, y no tiene límite de trabajadores inscritos en planilla.

3.2.2 Situación Nacional

Las PYME representan un porcentaje bastante significativo en el desarrollo económico del Perú, la presente investigación esta enmarcada en dicha clasificación por lo tanto se debe profundizar en la participación de este tipo de empresas en la economía y su importancia, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la estructura empresarial del Perú se divide de la siguiente manera:

Tabla 1: Estructura Empresarial del Perú.

Segmento Empresarial	2016
Total	2,124,280.00
Microempresa	2,011,153.00
Pequeña empresa	92,789.00
Gran y mediana empresa	13,031.00
Administración Pública	7,307.00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2017).

La Tabla Nº 1 nos muestra que casi el 95% de la empresas en el Perú son clasificadas como microempresas , si a eso se suma la categoría de pequeña empresa la cifra aumenta a 99% de la estructura empresarial; en la Región Arequipa se encuentran registradas 117 545 del total de empresas a nivel nacional siendo la segunda región con el mayor número de empresas registradas formalmente, la categoría microempresas agrupa a 112 138 microempresas por lo tanto se convierte igualmente en la segunda región con mayor concentración de dicha categoría. Con respecto a la pequeña empresa a nivel regional se encuentran registradas 4718 repitiendo el mismo puesto a nivel nacional.

Los datos señalados anteriormente no distinguen actividad económica, según el INEI en el Perú existen 173 427 empresas dedicadas a la manufactura, el sector manufactura es el principal aportante al PBI nacional pero como se puede apreciar en la Tabla Nº 2, las empresas se concentran en otras actividades tales como el comercio y los servicios.

Tabla 2: Estructura Empresarial por Actividad Económica.

Segmento Empresarial/Actividad	2016		
	Manufactura	Comercial	Servicios
Total	173,427.00	962,037.00	881,453.00
Microempresa	162,273.00	921,044.00	833,878.00
Pequeña empresa	9,355.00	36,006.00	36,190.00

Gran y mediana empresa	1,788.00	4,958.00	4,189.00
Administración Pública	11.00	29.00	7,196.00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2017).

A nivel nacional el 99% de las empresas que se dedican a la manufactura pertenecen a una estructura empresarial calificada de micro y pequeña empresa, otro dato interesante que resalta el INEI es la actividad específica a que se dedican estas empresas, la industria más sobresaliente en la categoría de microempresas es la Industria de textil y cueros con 50 924 empresas registradas, el 31.4% de las micro empresas de la actividad manufactura se dedica a la producción de textiles y cueros, lo que muestra que esta industria por historia y ventajas competitivas es la más representativa de nuestra economía; si nos enfocamos en la estructura empresarial de pequeñas empresas la industria de textiles y cueros ocupa el segundo lugar con el 23%, el primer lugar fue de la industria orientada a productos metálicos con el 25.1% de participación, igualmente se confirma que el número de empresas orientadas al sector textil es muy significativo.

Respecto a la ubicación de dichas empresas dedicadas a la manufactura, el 10% se encuentra en Arequipa, estructura de micro empresa y pequeña; otro dato interesante que se debe resaltar es la estructura empresarial según organización jurídica, el INEI muestra que las empresas catalogadas micro empresa están bajo el régimen de persona natural con el 73.1% y como sociedad anónima el 11.6% esta tendencia se debe básicamente por las exigencias tributarias que demanda formar una sociedad y que actualmente en el país el Estado no brinda un apoyo suficiente para que las micro empresas se animen a formalizar sus empresas y prefieren mantenerse en una sociedad individual.

En la estructura de pequeña empresa el 54.4% se constituyeron como sociedad anónima y el 12% como persona natural esto se debe al trabajo realizado por la entidad gubernamental correspondiente que apoyó a las empresas registradas como natural a cambiar de constitución empresarial en base a beneficios tributarios, estas acciones no se han desarrollado de igual manera en las microempresas siendo ese segmento el de mayor número en el país; es obligación del Estado identificar las

oportunidades de formalización en las micro empresas y revertir la informalidad a través de mecanismos y capacitaciones constantes que les permitan a dichas empresas entender que la formalización les permitirá mayor acceso al mercado y mejorar su calificación crediticia características necesarias para el crecimiento de toda empresa.

3.2.3 Situación en la Provincia de Arequipa

En el punto anterior se detalló el número de micro y pequeña empresas ubicadas en la Región de Arequipa, las cuales son 116 856 empresas registradas, de este número son 10210 empresas dedicadas al sector manufactura pero no existe información de cuantas empresas se dedican al sector textil específicamente, para ello se recurre nuevamente a la información brindada por el INEI, el cual tiene un registro por municipalidades ubicadas en las distintas regiones del país, el INEI indica que en el 2015 las municipalidades registraron 358 micro empresas y 74 pequeñas empresas las cuales se dedican solamente a la manufactura de textiles.

En la Cámara de Comercio de Arequipa se encuentran registradas 107 PYME los cuales se encuentran catalogadas según el proceso de producción que brindan a sus contratantes, como:

- Tejido de Punto en Máquina Semi-industrial
- Tejido de Punto en Maquina Manual
- Bordado, Crochado, Arreglos y Acabados a mano
- Corte y Confeccion Tejido de Punto
- Acabado Final (Etiquetado, Botones, Ojales, Engrifado, Etc.)

La razón por la que solo un porcentaje de las PYMES ubicadas en Arequipa se encuentra registrada en la Cámara de Comercio es porque han realizado operaciones de exportación o brindan servicios tercerizados a empresas medianas y grandes de la provincia que exportan textiles.

Es importante resaltar este grupo, porque cumplen con el perfil de las empresas que están interesadas en obtener una certificación de comercio justo como ventaja competitiva.

3.3 Información del Presupuesto del Gobierno Regional de Arequipa

“Arequipa es una región competitiva con empleo pleno, digno y ciudades seguras, es un territorio articulado, culturalmente rico y diverso, ambientalmente sustentable, con economía sostenible, prioriza la agroindustria, manufactura, turismo y minería, sus hombres y mujeres son cultos, educados y saludables (Arequipa, Proyecto del Presupuesto para el Año Fiscal 2018), cuyo gobierno regional tiene como finalidad esencial fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública y privada y el empleo, garantizando el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidad de sus habitantes, de acuerdo con los planes y programas nacionales, regionales y locales de desarrollo”. (Arequipa, Gobierno Regional de Arequipa n.d.).

La Misión del Gobierno Regional de Arequipa *“es conducir y promover el desarrollo sostenible de la población en la Región Arequipa, de manera inclusiva, integral, competitiva, bajo un enfoque moderno, descentralizado, eficiente y concertado en la Gestión Pública”. (Arequipa, Gobierno Regional de Arequipa n.d.).*

En la misión se observa que uno de los objetivos es promover el desarrollo y para ello tienen un presupuesto asignado por el gobierno central; acerca del presupuesto asignado a las regiones en el Perú, se afirma que el gobierno central tiene presupuestado para el año 2018 S/. 157'158'747'651.00 (€ 39'289'686'912 tipo de cambio € 1=S/.4.00) , y en el 2017 fue de S/. 142'471'518'545.00 (€ 35'617'879'636.00 tipo de cambio € 1 =S/.4.00), entre ambos períodos hubo un aumento de 10.31%; el gobierno central distribuye en promedio el presupuesto de la siguiente manera, Gobierno central 71%, Gobiernos Regionales 15%, Gobierno Locales 14%.

El gobierno regional de Arequipa tuvo asignado en el 2017 un presupuesto de S/. 1,455'812'141 (€ 363,953'035), y en el 2018 el presupuesto inicial fue de S/.1,458'441'151 (€ 364,610'288) por lo tanto solo hubo un aumento del 0.18% con respecto al año previo; en la Tabla N° 3 se puede apreciar claramente el presupuesto asignado al gobierno regional de Arequipa, desde el año 2014 hasta el 2018, y podemos apreciar que en el 2018 el presupuesto asignado representa el 0.93% del presupuesto total.

Tabla 3: Presupuesto por Nivel de Gobierno.

NIVEL DE	2014		2015		2016		2017		2018	
GOBIERNO	PIA	%	PIA	%	PIA	%	PIA	%	PIA	%
GOBIERNO NACIONAL	S/83,195,553,964.00	70%	S/95,372,737,023.00	73%	S/104,303,961,188.00	75%	S/105,113,439,451.00	74%	S/116,541,103,552.00	74%
GOBIERNO REGIONAL	S/18,795,075,027.00	16%	S/19,437,560,867.00	15%	S/19,327,967,950.00	14%	S/22,218,924,639.00	16%	S/24,591,851,893.00	16%
GOBIERNO LOCAL	S/16,943,624,922.00	14%	S/15,810,993,083.00	12%	S/14,858,582,106.00	11%	S/15,139,154,455.00	11%	S/16,025,792,206.00	10%
TOTAL	S/118,934,253,913.00	100%	S/130,621,290,973.00	100%	S/138,490,511,244.00	100%	S/142,471,518,545.00	100%	S/157,158,747,651.00	100%
VARIACIÓN ANUAL			9.83%		6.02%		2.87%		10%	
GOBIERNO REGIONAL AREQUIPA	S/1,084,801,354.00		S/1,139,169,455.00		S/1,185,497,483.00		S/1,455,812,141.00		S/1,458,441,151.00	0.93%

Fuente: Gobierno Regional de Arequipa.

El detalle del gasto de dicho presupuesto lo podemos apreciar en la Tabla N° 4 , en la cual se puede apreciar el gasto realizado en el año 2017 y en la Tabla N° 5 se puede apreciar los gastos a realizarse en el 2018.

Tabla 4: Detalle del Gasto del Presupuesto Asignado a la Región Arequipa 2017.

DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTAL 2017		
CATEGORÍA Y GENÉRICA DEL GASTO	PIA	% CAT. GEN.
GASTOS CORRIENTES	S/984,234,971.00	68%
PERSONAL Y OBLIGACIONES SOCIALES	S/646,065,723.00	44%
PENSIONES Y OTRAS PRESTACIONES SOCIALES	S/171,772,179.00	12%
BIENES Y SERVICIOS	S/154,224,730.00	11%
DONACIONES Y TRANSFERENCIAS	S/-	
OTROS GASTOS	S/12,172,339.00	1%
		0%
GASTOS DE CAPITAL	S/440,523,317.00	30%
DONACIONES Y TRANSFERENCIAS	S/-	
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	S/440,523,317.00	30%
		0%
SERVICIOS DE LA DEUDA	S/31,053,853.00	2%
SERVICIO DE LA DEUDA PUBLICA	S/31,053,853.00	2%
TOTAL	S/1,455,812,141.00	100%

Fuente Gobierno Regional de Arequipa.

Tabla 5: Detalle del Gasto del Presupuesto Asignado a la Región Arequipa 2018.

DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTAL 2018		
CATEGORÍA Y GENÉRICA DEL GASTO	PIA	% CAT. GEN.
GASTOS CORRIENTES	S/1,074,150,658.00	74%
PERSONAL Y OBLIGACIONES SOCIALES	S/722,390,654.00	50%
PENSIONES Y OTRAS PRESTACIONES SOCIALES	S/177,216,766.00	12%
BIENES Y SERVICIOS	S/165,821,687.00	11%
OTROS GASTOS	S/8,721,551.00	1%
GASTOS DE CAPITAL	S/355,237,445.00	24%
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	S/355,237,445.00	24%
SERVICIOS DE LA DEUDA	S/29,053,048.00	2%
SERVICIO DE LA DEUDA PUBLICA	S/29,053,048.00	2%
TOTAL	S/1,458,441,151.00	100%

Fuente Gobierno Regional de Arequipa.

Se puede afirmar que no existe una partida orientada a la promoción del comercio solidario, y menos al comercio justo ya que no existe una ley que promueva el apoyo económico a proyectos relacionados con PYMES que quieren incursionar en el comercio justo.

El monto que proporciona el gobierno regional de Arequipa a el programa de BPCJ es obtenido de fuentes de financiamiento relacionadas a donaciones brindadas por entidades extranjeras, es decir no forma para de sus fuentes asignadas por el gobierno central, esta acción limita mucho la obtención de fondos ya que el proyecto de comercio justo es financiado solo en una parte por entidades a nivel internacional, tal como se verá en el capítulo del proyecto de BPCJ.

3.4 Plan de Implementación del Comercio Justo en las Mypes orientadas al Sector Textil

3.4.1 Aspectos Generales

El desarrollo de programas orientados a la economía solidaria es un aspecto en el cual el gobierno peruano ha mostrado poco interés a lo largo de los últimos años, actualmente no existe una ley que promueva el comercio justo o solidario tal como existe en otros países de Sudamérica, ni el sector textil ni en otros sectores productivos existe un incentivo para tener al comercio justo como opción viable de crecimiento. Si nos centramos en el sector textil, se debe mencionar que la mayoría de los trabajadores de dicho sector son personas de bajos recursos que han heredado las técnicas de tejido y que pueden fortalecer dichas habilidades con una apropiada capacitación y bajo una correcta administración podrán desenvolverse en una estructura empresarial que les permita ampliar su capacidad productiva, por lo tanto podrán obtener mayores ingresos que les permitan vivir de una manera digna; respecto al medio ambiente, la formalización permitirá una supervisión adecuada por parte del Estado y a la empresa conocer las exigencias internacionales y ponerlas en práctica, contribuyendo a que los miembros de la empresa entiendan la importancia de desarrollar un producto amigable con su entorno y a la vez asumir que es una exigencia que los nichos de mercado buscan y están dispuestos a pagar por esa diferenciación.

Frente al comportamiento casi inactivo del Estado se formaron asociaciones privadas que desarrollaron iniciativas que han obligado al Estado a cambiar su actitud, en los últimos años ha planificado programas aislados y enfocados a diferentes sectores de la industria, uno de ellos es el de comercio justo orientado a las PYME del sector textil, para ello el Estado encargó a la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) la planificación y puesta en práctica de un plan para la obtención de una certificación de comercio justo que impulse a las empresas en el futuro a conseguir la certificación internacional de FLO, la razón de promover una certificación en el sector textil se justifica por la importancia de dicho sector que fue mostrado en anteriores capítulos.

Otro punto importante es entender la estructura estatal para el desarrollo del plan, el Estado creó PROMPERU para incentivar la exportación y turismo y dicho organismo tiene carencias en infraestructura y capacidad de recursos para cumplir la labor asignada, ahí entra la participación de los gobiernos locales, éstos últimos apoyan las actividades de dicha oficina brindando presupuestos, instalaciones, personal que permiten que se desarrolle de manera eficiente las actividades propuestas, pero se debe resaltar que en los objetivos de los gobiernos locales no está la promoción de formación de empresa o formalización de las mismas, mucho menos el comercio justo, pero ante la necesidad del apoyo de los gobiernos locales para que PROMPERU pueda lograr sus objetivos, se han presentado nuevas responsabilidades para los mencionados gobiernos.

3.4.2 Proyecto de Buenas Practicas del Comercio Justo

El proyecto que implementó PROMPERU fue denominado Buenas Prácticas del Comercio Justo (BPCJ), que en términos generales busca la certificación nacional en comercio justo para las PYME del sector textil en el Perú, para ello tuvieron el apoyo de organismos privados internacionales y de los gobiernos locales, en ésta sección se detallará el desarrollo del programa y su desenvolvimiento en la provincia de Arequipa.

El programa de BPCJ se desarrolló en diferentes oportunidades desde hace casi nueve años, a continuación se detallará las diferentes versiones del programa así como sus objetivos y resultados.

3.4.2.1 I Proyecto Piloto para Sistema de Comercio Justo en el Cluster Textil Peruano

El proyecto se inició en el año 2009 orientado al sector textil confecciones, impulsado por Consejo Nacional de la Competitividad - Perú Compite entidad que promueve este proyecto en el marco del trabajo impulsor a la cadena Fibras-Textil-Moda a nivel país, que realiza en conjunto con sectores públicos y privados de este sector, hasta ese año el Estado Peruano a través de ciertos organismos institucionales

solo brindaba sellos de calidad los cuales no contemplaban el comercio ético y la responsabilidad social, conceptos fuertemente relacionados con el comercio justo.

El proyecto fue puesto en marcha utilizando como base el programa de apoyo a la competitividad entre el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) , la CAF se comprometió a financiar los objetivos propuestos para el proyecto piloto los cuales fueron:

- *“Desarrollar e implementar un sistema de certificación en Comercio Justo en PYME del sector textil en concordancia con los estándares del Fairtrade”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Elaboración de requisitos, temas, contenidos específicos y documentación técnica por actividad para la aplicación de las Buenas Prácticas para un Comercio Justo, el detalle del reglamento se encuentra en el Anexo Nº 6”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Sensibilización, convocatoria e identificación de empresas que serán parte de la capacitación e implementación del programa piloto de comercio justo”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Asesoramiento para la comercialización con marcas especializadas en dicho nicho del mercado internacional”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Capacitación mediante seminarios, talleres grupales, y asistencia técnica individual a las empresas participantes”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Seguimiento al proceso de implementación de las Buenas Prácticas para un Comercio Justo en las empresas dispuestas a certificarse”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Articular el sistema de comercio justo con componentes de generación de capacidades, mediante mejoras en gestión empresarial”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Apoyar en temas de diseño de moda y canales de comercialización específico para el mercado solidario”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Fortalecer la institucionalidad de Promperú como entidad que fomenta mecanismos de comercio justo en el país”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
- *“Formar una base de consultores e instituciones locales a los que se les transferirá la metodología e instrumentos que el proyecto desarrolle de manera práctica con los expertos para cumplir con los requisitos del comercio justo”.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)

Para alcanzar los objetivos mencionados la CAF en coordinación con PROMPERU canalizó los recursos financieros provenientes del Fondo General de Cooperación Italiana (FGCI), con dichos fondos se contrató a la consultora italiana Altromercato y PROMER (socio chileno), ambas organizaciones con amplia experiencia en el sector textil y con información actualizada sobre la realidad del comercio justo en latinoamérica.

El proyecto de inicio fue denominado piloto porque como se pudo observar en los objetivos, primero se debía implementar las bases que permitan alcanzar los objetivos relacionados con la consolidación de las PYME que se iban a involucrar. El financiamiento del proyecto piloto fue el siguiente:

Tabla 6: Información General Financiamiento del Proyecto Piloto.

Costo requerido de los fondos italianos:	€ 120,000.00
Contrapartida PROMPERU y Gobierno Local:	€ 117,750.00
Costo Total del proyecto:	€ 237,750.00

Fuente: PROMPERU.

Como se puede apreciar hubo intervención de los gobiernos locales ya que como se mencionó anteriormente PROMPERU no cuenta con los recursos financieros para implementar los objetivos propuestos, por lo tanto la participación de los gobiernos locales fue vital. La aplicación de los recursos económicos en el proyecto piloto se dividió por fases y el detalle de los desembolsos fue de la siguiente manera:

Primera fase: Asesoría para implementar sistema de Comercio Justo en PROMPERU

La primera fase se desarrolló en el año 2009 y se planificó que tendría una duración: cuatro meses y medio, dicha fase involucró las siguientes actividades:

Tabla 7: Actividades de la Primera Fase Proyecto Piloto.

Actividades	Descripción
1 Actividad	Con el apoyo de los expertos internacionales se capacitó a los técnicos de PROMPERU en la elaboración de requisitos, temas, contenidos específicos y documentación técnica por actividad para la aplicación de las Buenas Prácticas para un Comercio Justo en el sector textil.
2 Actividad	Publicación de un manual de requisitos para el Comercio Justo. Además del proceso de formalización de la marca “Buenas Practicas para un Comercio Justo” detallado en el Anexo Nº 6.
3 Actividad	Brindar asesoraría orientadas a estrategias de comercialización (canales de distribución) y diseño con marcas especializadas en el nicho de mercado de comercio Justo y solidario.

Fuente: PROMPERU.

El personal contratado para la presente fase fue:

Tabla 8: Detalle Personal Contratado Primera Fase Proyecto Piloto.

Personal Contratado
Consultor Senior
Especialista en elaboración de reglamento de marca

Fuente: PROMPERU.

El presupuesto asignado para la realización de las actividades fue registrado de la siguiente manera:

Tabla 9: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Primera Fase Proyecto Piloto.

Actividad	Costos económico
1 Actividad	€ 17,000.00
2 Actividad	
3 Actividad	€ 3,000.00

Fuente: PROMPERU

La primera y segunda actividad involucra la contratación del especialista que brindó la capacitación a miembros de PROMPERU y a las PYME, también incluye los gastos por pasajes y viáticos necesarios para las visitas.

La tercera actividad involucra los gastos realizados en la contratación del especialista y la publicación.

Segunda Fase: Sensibilización y difusión

La segunda fase tuvo una duración de un mes y medio y comprendió las siguientes actividades:

Tabla 10: Actividades de la Segunda Fase Proyecto Piloto.

Actividades	Descripción
1 Actividad	Sensibilización, identificación y evaluación inicial de empresas, que reúnen las condiciones básicas para su acceso al programa, de acuerdo a los métodos y criterios establecidos al inicio del programa.
2 Actividad	Luego de un diagnóstico, formalizado el compromiso de la empresa con las condiciones del programa y aprobada la solicitud de preinscripción; se formará en cada empresa el equipo contraparte con un coordinador interno, para desarrollar un autodiagnóstico que será asistido por un consultor.

3 Actividad	Luego del autodiagnóstico se establece el compromiso, por parte de la alta dirección de implementar las Buenas Prácticas para un Comercio justo, cuyos requisitos se establecen en un manual que es un producto, además de explicitar su compromiso de ingresar/estabilizar su presencia en el mercado internacional.
-------------	---

Fuente: PROMPERU.

El personal contratado para la presente fase fue:

Tabla 11: Detalle Personal Contratado Segunda Fase Proyecto Piloto.

Personal Contratado
Especialista de difusión y selección de empresas

Fuente: PROMPERU

El presupuesto asignado para la realización de las actividades fue registrado de la siguiente manera:

Tabla 12: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Segunda Fase Proyecto Piloto.

Actividad	Costos económico
1 Actividad	€ 3,000.00
2 Actividad	
3 Actividad	

Fuente: PROMPERU.

Se contrató un especialista para la difusión y selección de empresas participantes en el programa el cual permitió cumplir con las actividades propuestas en la presente fase.

Tercera fase: Capacitación a empresas

En la presente fase que tuvo una duración de cuatro meses se realizaron las siguientes actividades:

Tabla 13: Actividades de la Tercera Fase Proyecto Piloto.

Actividades	Descripción
1 Actividad	El Equipo consultor Internacional conjuntamente con PROMPERU desarrollaron módulos de capacitación y entrenamiento para la transferencia de conocimientos a los equipos de seguimiento para la aplicación de las Buenas Prácticas para un Comercio Justo textil. El proyecto alcanzó las siguientes metas de atención de empresas en cada una de las ciudades atendidas Lima (20 empresas), Arequipa (10 empresas), Ayacucho (10 empresas), Puno (10 empresas) y Huancayo (10 empresas).

Fuente: PROMPERU.

El personal contratado para la presente fase fue:

Tabla 14: : Detalle Personal Contratado Tercera Fase Proyecto Piloto.

Personal Contratado
1 Consultor senior
4 Consultor junior

Fuente: PROMPERU.

El presupuesto asignado para la realización de las actividades fue registrado de la siguiente manera:

Tabla 15: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Tercera Fase Proyecto Piloto.

Actividad	Costos económico
1 Actividad	€ 52,000.00

Fuente: PROMPERU.

En ésta fase se requirió invertir en consultores internacionales y consultores locales con la debida certificación los cuales durante el periodo de cuatro meses realizaron las actividades asignadas en diferentes localidades del país, el monto incluye los gastos en pasajes y viáticos.

Cuarta Fase: Seguimiento e Implementación

La presente fase tuvo una duración de seis meses en los cuales se desarrollaron las siguientes actividades.

Tabla 16: Actividades de la Cuarta Fase Proyecto Piloto.

Actividades	Descripción
1 Actividad	Asistencia técnica directa a las empresas en temas de gestión empresarial orientado a la generación de capacidades e Implementación de las Buenas Prácticas para el Comercio Justo textil.
2 Actividad	Implementación y seguimiento en las empresas de las Buenas Prácticas para el Comercio Justo.

Fuente: PROMPERU.

Para esta fase se contrató el siguiente personal.

Tabla 17: Detalle Personal Contratado Cuarta Fase Proyecto Piloto.

Personal Contratado
1 Consultor senior
6 Consultor junior

Fuente: PROMPERU.

El presupuesto asignado por actividad fue el siguiente:

Tabla 18: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Cuarta Fase Proyecto Piloto.

Actividad	Costos económico
1 Actividad	€ 17,000.00
2 Actividad	€ 30,000.00

Fuente: PROMPERU.

El presupuesto asignado fue dispuesto para el pago de honorarios y gastos en pasajes y viáticos que realizaron los consultores con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Sistematización y coordinación general del Proyecto

La coordinación del proyecto no es considerado una fase, es la parte administrativa del proyecto con sede en Lima y que se mantuvo en actividad durante 14 meses que

duraron en conjunto las fases del proyecto piloto, la coordinación general fue asumida por una persona con experiencia en el sector textil con el apoyo de un consultor junior, el presupuesto asignado fue € 34 000 los cuales se desembolsaron para cubrir honorarios, pasajes y viáticos.

Los fondos obtenidos del FGCI representaron en total el 50.47% del total general y la contrapartida asumida por PROMPERU y los gobiernos locales fue EL 49.53%, el detalle en general de los desembolsos realizados en el año 2009 es el siguiente.

Tabla 19: Detalle General de los Gastos realizados en el Proyecto Piloto.

				TOTAL GENERAL
Fondos Italianos:	Total Honorarios	€ 65,000.00	€ 120,000.00	€ 237,750.00
	Total pasajes y viáticos	€ 55,000.00		
Fondos Contrapartida:	Total Honorarios	€ 36,000.00	€ 117,750.00	
	Total pasajes y viáticos	€ 8,000.00		
	Otros Costos:	€ 73,750.00		

Fuente: PROMPERU.

Como conclusión podemos indicar que el proyecto piloto culminó a mediados del 2011, a continuación brindaremos un resumen por año de los avances alcanzados según la CAF:

- En el 2009, “el proyecto piloto desarrolló un trabajo con 60 PYME ubicadas en Lima y Regiones (Arequipa, Puno, Junín y Ayacucho), quienes implementaron mecanismos y procesos que evidencien sus prácticas de comercio Justo. La materia prima utilizada por las empresas visitadas es fundamentalmente fibra de alpaca, también se usa algodón orgánico, vicuña, etc. En tanto, los productos van desde suéteres, chalecos, vestidos, pantalones, así como accesorios como sombreros, guantes y bufandas, tejido de punto a crochet o ganchillo y tejido con agujas, cubrecamas, chales y accesorios para la casa”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).
- En el 2010, “diez empresas de Lima, Arequipa, Puno, Junín y Ayacucho del Programa de Buenas Prácticas de Comercio Justo, tuvieron la oportunidad de exhibir prendas confeccionadas en fibras naturales de algodón y alpaca, así como contactar con compradores internacionales en Perú Moda 2010. Por primera vez, el mayor evento de la industria peruana de la moda tuvo una zona dedicada al Comercio Justo, forma alternativa de negociación que promueve una relación comercial voluntaria y equitativa entre productores y consumidores. Participaron: Suritex, Mexthon, Eco Valley Wildlife, Anardo & Skyum y New Expo de Lima; Sumac Maqui Artesanías y Art Atlas de Arequipa; Inversiones Textil Artesanales de Puno, Mantari Sweater de Junín y Macedonio Palomino de Ayacucho-”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).
- Finalmente en el 2011, “PROMPERU obtuvo el registro de la marca de certificación PERU FAIR TRADE COMERCIO JUSTO PERÚ, mediante resolución Nro. 0084-2011/DSD-INDECOPI (Anexo

Nº). Además, se continuó con el programa de implementación de Buenas Prácticas de Comercio Justo (BPCJ) con 30 empresas del sector de confecciones de 4 regiones: Lima, Arequipa, Puno y Junín. Luego de ser sometidas a una Preauditoría de certificación, se seleccionaron a las 10 empresas con mejor puntaje, las que luego participaron en un pabellón exclusivo de comercio justo en la Feria Perú Moda 2011. Igualmente, se desarrolló el Manual del auditor de la norma BPCJ y se capacitaron a empresas certificadoras para estar aptas a brindar la certificación BPCJ". (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).

El detalle de las empresas beneficiadas en el I Proyecto Piloto se encuentra en el Anexo Nº 1. Se debe indicar que las PYME beneficiadas de la región Arequipa fueron en total siete, estas PYME obtuvieron la certificación de comercio justo y aún siguen operativas después de casi ocho años, el impacto socio económico fue muy beneficioso tal como se verá en el capítulo de análisis correspondiente.

3.3.2.2 Proyecto Sistema de Comercio Justo y Ético en el Clúster Peruano del Sector Textil y Confecciones

El presente proyecto inició en noviembre del 2011 y culminó en febrero del 2015, su duración se justifica por los objetivos que se plantearon, que consistían básicamente en continuar el proyecto piloto iniciado en el año 2009. El objetivo principal del presente proyecto fue *"Desarrollar el Comercio Justo en toda la cadena de valor del sector textil y confecciones, fortaleciendo la red empresarial mediante la certificación en BPCJ y el acceso a los nichos de Comercio Justo y Ético en el mercado internacional"* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.). Los objetivos específicos son:

1. *Contar con un clúster de empresas certificadas en BPCJ.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)
2. *Identificar y promover la participación de estas empresas en los nichos de Comercio Justo y Ético del sector de textil y confecciones.* (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.).

El presupuesto asignado para el segundo proyecto fue el siguiente:

Tabla 20: Información General Financiamiento del Proyecto Sistema de Comercio Justo.

Costo requerido de los fondos italianos:	€ 244,020.00
Contrapartida PromPerú:	€ 265,185.00
Contrapartida Gobierno Local	€ 230,325.00
Costo total del proyecto	€ 739,530.00

Fuente: PROMPERU.

El presente proyecto fue financiado a través de la CAF, PROMPERU y los gobiernos locales; después de la primera experiencia PROMPERU orientó mayores recursos económicos a la realización del proyecto porque los resultados obtenidos en el proyecto piloto fueron positivos y a la vez este segundo proyecto demandaba mayores recursos ya que su período de desarrollo era más extenso.

El proyecto se dividió en fases las cuales tuvieron diversas actividades, el detalle de las mismas es la siguiente:

Primera Fase:

Denominada capacitación y asistencia técnica a la plataforma de empresas del sector textil y confecciones en BPCJ. En esta fase se realizaron las siguientes actividades:

Tabla 21: Actividades de la Primera Fase Proyecto Sistema de Comercio Justo.

Actividades	Descripción
1 Actividad	<p>Selección de las empresas a integrarse al Proyecto. El proceso de selección de las empresas que formaron parte del Proyecto estuvo sujeto al cumplimiento de criterios establecidos en el Manual de Buenas Prácticas de Comercio Justo, tales como:</p> <p>a) La empresa debe contar con una estructura legal y productiva mínima:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa debe estar legalmente constituida en los Registros Públicos, contar con RUC vigente y licencia municipal de funcionamiento. • La empresa debe contar con al menos un trabajador de planilla. • La empresa debe contar con el soporte informático necesario y la suficiente estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail). <p>b) La empresa debe producir directamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa debe realizar al menos una parte del proceso productivo. • La empresa debe alcanzar un nivel de ventas anuales no menor a US\$ 20,000.

2 Actividad	<p>Elaboración del Manual del Auditor y capacitación dirigida a organismos de certificación. El Manual del Auditor establecerá los parámetros y requisitos del proceso de auditoría, que será desarrollada por empresas certificadoras privadas que cumplan los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Ser una organización autónoma con experiencia, conocimiento y acreditada en auditorías de sistemas de gestión de calidad o ambiental, seguridad y salud ocupacional o responsabilidad social. b) Haber sido capacitada por PROMPERÚ en la aplicación del Manual del Auditor para la certificación de las buenas prácticas de comercio justo. El Manual será una herramienta en la que se establezcan los lineamientos y condiciones antes, durante y después de la auditoría para lograr la certificación, garantizando la total transparencia y objetividad en la evaluación. Los auditores de las firmas certificadoras, pasarán por un proceso de capacitación en el uso del Manual y sobre todo en lo relacionado a cada uno de los requisitos que exigen las Buenas Prácticas de Comercio Justo.
3 Actividad	<p>Capacitación, asistencia técnica y seguimiento a las empresas participantes para la implementación de las BPCJ. Las asesorías y seguimiento a las empresas para el proceso de implementación de las Buenas Prácticas de Comercio Justo, se desarrollarán bajo una metodología de trabajo grupal e individual con las empresas de cada una de las ciudades de incidencia del proyecto. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo n.d.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El trabajo grupal comprende el desarrollo de capacitaciones dirigidas a las empresas en la aplicación de los Criterios de las Buenas Prácticas de Comercio Justo; así mismo, se tiene previsto realizar talleres grupales periódicos para conocer el nivel de avance del proceso de implementación en el grupo de empresas y que ello contribuya en un intercambio de experiencias. • Por otro lado, el trabajo individual comprende el desarrollo de asesoría in situ dentro de las empresas, que permitan brindar asesorías personalizadas que se ajustan a la realidad de cada una de las empresas que forman parte del proyecto.
4 Actividad	<p>Formación de auditores internos en las empresas participantes en BPCJ. Se espera formar un máximo de dos (02) auditores internos en cada compañía, que promuevan la implementación de los requisitos para acceder a la certificación. Se llevarán a cabo cursos de formación de auditores internos en las regiones de impacto. Se espera que los representantes de cada una de las empresas participantes formados como auditores internos, contribuyan a asegurar la sostenibilidad del Programa de Buena Prácticas de Comercio Justo dentro de las empresas. Se ha previsto desarrollar una capacitación anual, teórica y práctica del proceso de auditoría y manejo de los criterios de las Buenas Prácticas de Comercio Justo.</p>

5 Actividad	<p>Pre - Auditoría y Auditoría de certificación.</p> <p>A fin de calificar a las empresas para que accedan al proceso de certificación de las Buenas Prácticas de Comercio Justo, se prevé realizar una pre-auditoría a cada una de las empresas participantes, que les permita conocer el estado real del proceso de implementación y las condiciones en que se encuentra para pasar por una auditoría de certificación. Culinado este proceso, la empresa podrá solicitar a PROMPERÚ pasar por el proceso de auditoría de certificación para la obtención de la Marca de Certificación desarrollada por PROMPERÚ, que será ejecutado por una entidad certificadora capacitada en Auditoría de las Buenas Prácticas de Comercio Justo, o alguna otra certificación en BPCJ.</p>
-------------	--

Fuente: PROMPERU.

El presupuesto asignado por actividad fue el siguiente.

Tabla 22: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Primera Fase Proyecto Sistema Comercio Justo.

Actividad	Costos económico
1 Actividad	€ 1,407.00
2 Actividad	€ 2,365.00
3 Actividad	€ 211,613.00
4 Actividad	€ 7,470.00
5 Actividad	€ 168,075.00

Fuente: PROMPERU.

Los recursos económicos utilizados en esta fase fueron los provenientes de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) .

Segunda Fase:

La segunda fase se denominó acceso y participación en la red comercial de Comercio Justo y Ético, en dicha fase se buscó consolidar la participación de mas PYME en nichos de mercado relacionados al comercio justo, las actividades para lograr el objetivo fueron:

Tabla 23: Actividades de la Segunda Fase Proyecto Sistema de Comercio Justo.

Actividades	Descripción
1 Actividad	<p>Análisis de mercado e identificación de los canales de distribución del segmento de Comercio Justo y Ético en Europa.</p> <p>Se espera contar con un estudio de mercado exhaustivo sobre el segmento de CJ en Europa que incluya información, preferentemente de fuentes primarias, sobre los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil del consumidor, principales canales de comercialización y distribución, formación y comportamiento de precios, tendencias de consumo, principales competidores (locales e internacionales): empresas, marcas, presentaciones, etc.; legislación vigente; entre otra información relevante. • Se espera también que el estudio del segmento de Comercio Justo de Europa provea información sobre potenciales clientes de este segmento y sus características de compra.
2 Actividad	<p>Adecuación de la oferta de las empresas participantes para los segmentos de mercado de Comercio Justo y Ético en Europa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se considera desarrollar con las empresas participantes, programas de capacitación en temas de tendencias, además de asesoría en el desarrollo de producto y adecuación de la oferta alineadas al cumplimiento de los estándares de Comercio Justo. • Esta etapa estará a cargo de un consultor internacional especializado en la industria de la vestimenta, quien además de desarrollar capacitaciones grupales, desarrollará actividades de asistencia personalizada a las empresas para la adecuación de la oferta.
3 Actividad	<p>Promoción de la oferta exportable peruana de Comercio Justo y Ético a través de misiones inversas que permitan la visita de 10 compradores identificados y priorizados a la feria Perú Moda. Asesoría y asistencia para la participación en feria internacional. Esta participación será reforzada con la invitación de compradores internacionales del nicho de comercio justo. Así también, se considera la participación de un grupo de empresas del proyecto en dos de las Misiones Comerciales a Europa promovidas por PROMPERÚ.</p>

Fuente: PROMPERU.

El presupuesto asignado por actividad fue el siguiente.

Tabla 24: Detalle del Presupuesto Asignado a las Actividades de la Segunda Fase Proyecto Sistema Comercio Justo.

Actividad	Costos económico
1 Actividad	€ 54,780.00
2 Actividad	€ 42,330.00
3 Actividad	€ 251,490.00

Fuente: PROMPERU.

Los fondos obtenidos del CFA representaron en total el 33% del total general y la contrapartida asumida por PROMPERU fue el 35.9% y los gobiernos locales asumieron el 31.1%, el detalle en general de los desembolsos realizados por cada fondo económico en las diferentes actividades es el siguiente.

Tabla 25: Detalle General de los Gastos realizados en el Proyecto Sistema Comercio Justo.

				TOTAL GENERAL
Fondos Italianos:	Capacitación	€ 94,620.00	€ 244,020.00	
	Análisis de mercado	€ 54,780.00		
	Adecuación de oferta	€ 42,330.00		
	Promoción de la oferta	€ 52,290.00		
Fondos PromPerú:	Selección de las empresas	€ 1,407.00	€ 265,185.00	
	Elaboración del manual	€ 2,365.00		
	Capacitación	€ 116,993.00		
	Formación de auditores	€ 7,470.00		
	Pre-auditoría y Auditoría	€ 37,350.00		
	Promoción oferta	€ 99,600.00		
Fondos Gobiernos Locales:	Pre-auditoría y Auditoría	€ 130,725.00	€ 230,325.00	
	Promoción oferta	€ 99,600.00		
				€ 739,530.00

Fuente: PROMPERU.

La conclusión de éste plan se dio en febrero del 2015, pero se debe resaltar que no se continuo el 2016 por falta de presupuesto pero si hubo una nueva versión en los años 2017 y 2018 pero esta vez en versiones menores de tiempo ya que la selección de PYME participantes fue la que PROMPERU ya tenía planificada para el 2016, con

respecto a la etapa de capacitación ahora se realiza en un período de seis meses , de junio a noviembre, y las PYME participantes del 2017 recién han obtenido la certificación pero ya participaron en la feria Perú Moda 2018 y han empezado con la etapa de comercialización.

La CAF, uno de los principales aportantes del plan BPCJ, brindó un resumen con los siguientes resultados:

- *“Como parte de las actividades del proyecto, en Perú Moda 2014 participaron siete PYME exponiendo sus productos. Además, otras cuatro PYME diseñaron –con asistencia técnica del proyecto– colecciones exclusivas de prendas de alpaca para el desfile central de la feria”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).*
- *“En la edición 2015 de Perú Moda, se habilitó una zona exclusiva de comercio justo donde participaron 10 PYME y se logró concretar negocios por más de USD 900 mil; incluso el 50% de expositores mencionó haber sido visitado en sus talleres, posteriormente, por compradores que participaron en la feria”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).*
- *“En la feria Perú Moda 2016 congregó a 1.500 visitantes internacionales provenientes de 44 países y contó con la participación de seis stands de PYME certificadas con Buenas Prácticas de Comercio Justo”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).*
- *“Las empresas participantes del proyecto han adquirido una visión empresarial que toma en consideración la satisfacción del cliente, la calidad del producto, el control de sus costos de producción y la trazabilidad de sus productos”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).*
- *“PROMPERÚ perfeccionó su modelo de intervención para la promoción comercial en el nicho de comercio justo en el sector textil. Asimismo desarrolló instrumentos y metodologías validados en la práctica, sumándolos a su gestión de conocimiento y capital institucional”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).*
- *“El proyecto demostró que fue posible impulsar el sector textil desde el Estado, a través de una norma desarrollada localmente, que vincula aspectos comerciales con sostenibilidad socio-ambiental”. (Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina n.d.).*

Capítulo 4: Diseño de Investigación

En el presente capítulo se describe la metodología de investigación utilizada, indicando las hipótesis, el alcance, el diseño metodológico, el muestreo, las técnicas de recolección de información, la operacionalización de variables, el análisis de la información, los aspectos de ética en la investigación y las principales limitaciones del estudio.

4.1 Hipótesis

En la presente investigación consta de una hipótesis general y de diferentes hipótesis específicas.

la hipótesis general plantea que la participación de las medianas y pequeñas empresas (PYME) orientadas al sector textil inscritas en el Plan de Buenas Prácticas en el Comercio Justo, fueron afectadas positivamente en los aspectos económicos, sociales, empresariales y comunitarios.

Se plantearon hipótesis específicas del cambio que sufrieron los participantes de las empresas y su comunidad. La primer hipótesis específica plantea que hubo una mejora en los ingresos y control sobre recursos personales de los propietarios y trabajadores de las PYME, así como en el autoestima.

La segunda hipótesis específica, plantea que hubo un cambio positivo en la educación, salud, alimentación, bienestar y mejoras del hogar de los trabajadores que laboran en las PYME después de la certificación del plan BPCJ.

La tercera hipótesis específica plantea que se obtuvo beneficios en la PYME en los aspectos de ingresos, beneficios y mejora de gestión productiva así como aumento en inversión de activos y generación de empleo.

La cuarta hipótesis específica plantea el cambio positivo en el capital social y la generación de empleo en la comunidad.

Para la comprobación de dichas hipótesis se planteará un diseño de estudio que permita obtener resultados que muestren la realidad actual del impacto de la certificación.

4.2 Alcance

El alcance de la investigación para los objetivos propuestos es correlacional. El estudio tendrá rasgos correlacionales porque se debe analizar el impacto en las PYME que participaron y se certificaron en el plan BPCJ, es necesario determinar los beneficios y deficiencias de la obtención de la certificación ya que entre los beneficios supuestos del plan se mencionó que las empresas certificadas con el sello de comercio justo obtendrían mejoras en los volúmenes de ventas, mejoras en aspectos sociales tales como educación y salud, transparencia de información brindada dentro de la empresa, compromiso de las comunidades (trabajadores), mejora en las condiciones laborales y la igualdad de trato, etc.

“Los estudios correlacionales permiten predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en la o las variables relacionadas” (Hernández Sampieri, Fernández Collado and Baptista Lucio 2006), es decir permitirá conocer el impacto de la aplicación de comercio justo entre las PYME certificadas en diferentes aspectos.

4.3 Tipo de Diseño

La investigación a realizar será cualitativa, *este tipo de investigación permite establecer relaciones entre variables o constructos que describen y explican un fenómeno* (Hernández Sampieri, Fernández Collado and Baptista Lucio 2006), *además permitirá explorar la experiencias y los valores humanos, así como el punto de vista individual de las personas relacionados con el fenómeno estudiado* (Hernández Sampieri, Fernández Collado and Baptista Lucio 2006). El diseño metodológico está en la clasificación de investigación no experimental y específicamente será un estudio de caso, *“en los que se eligen individuos en función de la variable de respuesta haciéndoles un seguimiento retrospectivo para buscar información sobre el nivel de exposición al que han estado sometidos”* (Lacalle and Rico 2007).

4.4 Selección muestral

La presente investigación se centra en las PYME dedicadas al sector textil que se inscribieron y certificaron en el plan de BPCJ ubicadas en la provincia de Arequipa, se inscribieron 18 PYME de las cuales obtuvieron el sello de comercio justo 14 , todas ellas han renovado su compromiso con ejercer el comercio justo. El número de PYME que se animan a participar en el plan es reducido por las exigencias mostradas en anteriores capítulos, para definir la muestra se estableció ciertos criterios relacionados con el área donde se desempeña el personal y el período de tiempo de trabajo, es ideal que las personas elegidas hayan iniciado contrato de trabajo antes de la participación de la empresa en el programa BPCJ.

Tabla 26: Detalle de la Muestra Poblacional de las PYME.

N	RUC	Razón Social	Población	Muestra	Año de Certificación
1	20413770204	ART ATLAS S.R.L.	350	10 personas entre el área de administración y operarios	2015
2	20454519761	CALICAMPO S.A.C.	32	4 personas entre el área de administración y operarios	2015
3	20413382531	TEXTIL VISO S.A.C	10	5 personas entre el área de administración y operarios	2015
4	20455522251	QILLIY S.R.L.	8	4 personas entre el área de administración y operarios	2015
5	20498034277	NYM'S E.I.R.L.	47	12 personas entre el área de administración y operarios	2015
6	20456061045	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	40	10 personas entre el área de administración y operarios	2015
7	20454175655	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	18	6 personas entre el área de administración y	2015

				operarios	
8	20453853706	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	30	9 personas entre el área de administración y operarios	2012
9	20454132506	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	10	4 personas entre el área de administración y operarios	2012
10	20454683561	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	8	3 personas entre el área de administración y operarios	2013
11	20455320110	VELA VERA E.I.R.L.	10	4 personas entre el área de administración y operarios	2013
12	20600343328	MILLA & QAYTU EIRL	9	3 personas entre el área de administración y operarios	2017
13	20455421498	BRISAN	12	4 personas entre el área de administración y operarios	2018
14	20539522915	RUNAKAY	15	5 personas entre el área de administración y operarios	2018

Fuente: PROMPERU.

Se recalca que las PYME señaladas se ubican en la provincia de Arequipa y tienen la capacidad operativa y asociativa entre ellos para poder responder al mercado al cual se dirigen; los criterios de selección del personal a entrevistar que se tuvieron en cuenta para el personal administrativo es:

- Tiempo de trabajo en la organización, mínimo dos años o antes de obtener la certificación.
- Relevancia del puesto desempeñado y capacidad de acceso a la información relacionada con el presente estudio.

Para elegir a los operarios se consideró los siguientes criterios:

- Tiempo de trabajo en la organización, se prioriza personal que haya estado laborando antes de obtener la certificación.

- b) Nivel de compromiso con los objetivos de la empresa y por ende con la certificación de comercio justo.

Adicionalmente se propone la inclusión de representantes del programa de BPCJ, perteneciente al gobierno local, los cuales tuvieron participación activa en los períodos de desarrollo del programa, los cuales son:

1. Sthepany Tovalino, Representante de la Oficina de Comercio Sostenible a nivel Nacional.
2. Caridad Maldonado Adanaque, Representante del Gobierno Regional de Arequipa.

Los criterios de selección del número de representantes será en base la importancia de su participación y a su jerarquía en el gobierno local.

4.5 Técnicas de recolección de información

La recolección de información se hará a través de entrevistas a profundidad; *“la entrevista en profundidad es una técnica que consiste en llevar a cabo una conversación con fin de intercambiar información entre los participantes. Existen tres tipos de entrevistas: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas”*, (Hernández Sampieri, Fernández Collado and Baptista Lucio 2006).

En la investigación se aplicará la entrevista semi estructurada , cuya metodología permite al entrevistador agregar preguntas a la lista predeterminada de interrogantes al entrevistado.

Las entrevistas a profundidad serán realizadas a los propietarios y trabajadores de las PYME, escogidos según los criterios de la selección muestral. También se desarrollará entrevistas a profundidad con los representantes del gobierno local los cuales serán escogidos según los criterios establecidos previamente.

El trabajo de campo se realizó entre los meses de julio y setiembre del 2018. Las entrevistas se realizaron en las instalaciones de las PYME seleccionadas, en la Tabla N° 27 se encuentra el resumen de las muestras de los entrevistados por PYME. La lista de entrevistados y sus respuestas así como el la entrevista realizado se encuentra en los Anexos a partir del Anexo N° 6.

Tabla 27: Resumen de Muestra de Entrevistados por Empresa.

N	Razón Social	Muestra	Técnica de Recolección
1	ART ATLAS S.R.L.	1 Gerente 9 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
2	CALICAMPO S.A.C.	1 Gerente 3 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
3	TEXTIL VISO S.A.C	1 Gerente 4 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
4	QILLIY S.R.L.	1 Gerente 3 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
5	NYM'S E.I.R.L.	1 Gerente 11 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
6	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	1 Gerente 9 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
7	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	1 Gerente 5 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
8	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	1 Gerente 8 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
9	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	4 personas entre el área de administración y operarios	Entrevista semi estructurada
10	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	1 Gerente 2 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
11	VELA VERA E.I.R.L.	1 Gerente 3 Trabajadores operarios	Entrevista semi estructurada
12	MILLA & QAYTU EIRL	1 Gerente 2 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
13	BRISAN	1 Gerente 3 Trabajadores	Entrevista semi estructurada
14	RUNAKAY	1 Gerente 4 Trabajadores	Entrevista semi estructurada

Fuente: Elaboración Propia.

4.6 Variables, indicadores, unidades de análisis y fuentes

La presente investigación se centra en analizar el impacto del plan BPCJ en las PYME, por lo tanto se debe definir la metodología para éste análisis; como se indicó anteriormente el diseño será tipo estudio caso, para la aplicación del método se revisó la propuesta por David Hulme (Hulme 2000) , quien desarrolló una metodología para analizar el impacto en la microempresas del financiamiento brindado por cooperativas micro financieras, si bien la metodología no fue creada específicamente para nuestro caso de estudio, puede ser adecuada a la presente investigación; para sustentar esta propuesta se detallará cada una de las etapas de la metodología y como se adaptan a este estudio, el detalle de dicha metodología esta señalada en la Tabla Nº 28.

La metodología propone inicialmente determinar el modelo de impacto, luego determinar los niveles de impacto y finalmente determinar los indicadores de impacto respectivos.

Respecto al modelo, se plantea el modelo de cadena de impacto, el cual se desarrolla a partir de la entrega de un instrumento, en nuestro caso sería la capacitación y el sello de comercio justo que es brindado por la oficina estatal denominada PROMPERU en la provincia de Arequipa, la participación en dicha capacitación y someterse a la evaluación respectiva para obtener la certificación de comercio justo generará cambios en el comportamiento de las empresas y originará efectos en diferentes niveles. (Sanhueza Martinez and Rodriguez Rodriguez 2011).

Respecto a los niveles de impacto, David Hulme analiza los siguientes aspectos, individual, familiar, micro empresarial, comunitario e institucional.

Tabla 28: Detalle de los Niveles de Impacto según Método Cadena de Impacto.

NIVEL	OBJETIVO
Individual	Evaluar aumento en capacidad de control sobre recursos y mejora en bienestar
Familiar	Evaluar mejoras en situación económica y bienestar familiar
Micro empresarial	Evaluar viabilidad, estabilidad y crecimiento micro

	empresarial
Comunitario	Evaluar desarrollo comunitario (recursos, bienes y servicios, empleo)
Institucional	Evaluar impactos en marco institucional local, regional y nacional

Fuente: Comercio Justo e Impacto en los Microproductores: Propuesta Metodológica para su Medición.

Los niveles de impacto son aplicados a las PYME y representantes del gobierno local; en las PYME específicamente a los propietarios y los trabajadores, los cuales tienen diferentes perspectivas del impacto recibido del plan de BPCJ por lo tanto se ha determinado el nivel de impacto por participante en las PYME en la Tabla N° 29.

El nivel de impacto comunitario se ha centrado en los representantes del gobierno local, los cuales tienen una perspectiva global de la aplicación del plan de BPCJ en la provincia, y brindarán información relevante sobre los resultados en conjunto del programa.

Tabla 29 Detalle del Nivel de Impacto por Participante.

NIVEL	PARTICIPANTE
Individual	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario PYME • Trabajador PYME
Familiar	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajador PYME
Micro empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario PYME
Comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Representante gobierno local

Elaboración: Propia, a partir del análisis hecho por por Martinez S. y Rodriguez I. En el artículo denominado *air Commerce and Impact on Microproducers: A Methodological Proposal for its Measurement*.

Respecto a los indicadores de impacto, estarán enmarcados en temas generales que son de dominio según el nivel del impacto; los indicadores estarán relacionados a los aspectos económicos, sociales, etc. que se considere hayan sido modificados por la obtención de la certificación de comercio justo. La propuesta de indicadores de impacto, tomando como base la metodología de David Hulme, está detallado en la Tabla N° 30.

Tabla 30: Detalle de los Indicadores de Impacto.

NIVEL	DOMINIO	HIPOTESIS. Obtener la certificación en el Plan de BPCJ lleva a un cambio en:	INDICADORES DE IMPACTO
Individual	Bienestar	Ingresos y control sobre recursos personales	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de propietarios de PYME con mayores ingresos personales percibidos • Porcentaje de propietarios de PYME con mayores ahorros personales percibidos • Porcentaje de trabajadores de PYME con mayores ingresos personales percibidos • Porcentaje de trabajadores de PYME con mayores ahorros personales percibidos
		Autoestima	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de propietarios PYME que perciban que han desarrollado habilidades y fortalecido sus capacidades • Porcentaje de propietarios de PYME que hayan sido reconocidos su participación en el plan BPCJ • Porcentaje de propietarios de PYME participantes en el proyecto que hayan sido reconocidos por el gobierno local por su emprendimiento. • Porcentaje de trabajadores de PYME que perciban que han desarrollado habilidades y fortalecido sus capacidades

Familiar	Seguridad del Hogar	Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de hijos de los trabajadores en edad escolar que asisten a la escuela en la actualidad • Porcentaje de familias de trabajadores que brindaron o brindan educación superior a sus hijos
		Salud	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de familias de trabajadores que tuvieron acceso a seguro social.
		Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de familias de trabajadores cuyo salario les permite cubrir las necesidades de alimentación.
		Bienes del hogar	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de familias de trabajadores que han adquirido bienes nuevos para el hogar.
		Mejoras del hogar	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de familias de trabajadores que han realizado reparaciones, mejoras o ampliaciones en su hogar.
Micro empresarial	Desarrollo	Aumento de ingresos y beneficio del negocio; gestión del negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de PYMES que han aumentado el volumen de sus ventas • Porcentaje de beneficios obtenidos con respecto a las ventas • Porcentaje de clientes internacionales contactados. • Porcentaje de contratos internacionales negociados • Porcentaje de mejora en gestión productiva
		Inversión en activos	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de PYME que han adquirido nueva maquinaria o equipamiento • Porcentaje de PYME que han adquirido un local separado de su hogar
		Generación de empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empleados fijos y temporales contratados • Porcentaje de trabajadores contratados

Comunitario	Desarrollo	Recursos financieros destinados al desarrollo comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de presupuesto orientado a programas de comercio justo
		Generación de empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de población beneficiada directa o indirectamente por el desarrollo del plan BPCJ.
		Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> • Número de PYME beneficiadas directa e indirectamente relacionadas con el sector textil

Elaboración: Propia, a partir del análisis hecho por por Martinez S. y Rodriguez I. En el artículo denominado air Commerce and Impact on Microproducers: A Methodological Proposal for its Measurement.

La información recopilada para la presente investigación será de fuentes secundarias y primarias; referente a la fuentes secundarias se utilizará información proveniente de las entidades estatales relacionadas a los datos de la PYME involucradas, la información existente permitirá conocer los participantes del BPCJ; la fuentes primarias serán desarrolladas a partir del estudio de campo, el cual permitirá conocer el impacto de la aplicación del comercio justo en la empresas participantes en el programa.

Capítulo 5: Análisis el Impacto del Plan de Implementación del Comercio Justo en la Región de Arequipa en los Aspectos Económicos y Sociales

En el presente capítulo se desarrolla el análisis de la información obtenida en la investigación de campo¹, se debe recordar que la selección muestral se basa en las PYME que han obtenido previamente la certificación del proyecto BPCJ, para el análisis se detallará el resultado de las entrevistas a los trabajadores y los propietarios de las PYME, también se analiza la información proveniente de los representantes del gobierno regional relacionados con el plan.

5.1 El impacto a nivel individual

5.1.1 El impacto en los propietarios de las PYMES

El análisis de la información recopilada de los propietarios inicia con datos necesarios para confirmar su participación y conocimiento del plan de BPCJ , después de ello nos centramos en los indicadores de impacto señalados en el diseño de investigación.

Con respecto a la pregunta sobre los motivos que incentivó su participación en el plan, el 80% de los entrevistados indicó que se animaron a participar por los beneficios comerciales, una certificación en comercio justo los ayuda a acceder a nuevos mercados exigentes pero a la vez obtienen un mejor precio por su trabajo; el segundo motivo mencionado en importancia fue en la imagen empresarial, los propietarios señalaron que una certificación los muestra como una empresa confiable ante compradores que quieran adquirir productos textiles de calidad y con la seguridad de haber colaborado a la vez con el desarrollo personal de los tejedores que intervinieron en la producción.

Con respecto a la pregunta relacionada a cuándo obtuvo la certificación del proyecto de BPCJ, se planteó dicha interrogante para confirmar que la persona entrevistada haya participado en el proceso de capacitación y obtención de la

¹ La investigación de campo fue realizada por el autor de la presente investigación en el año 2018.

certificación, se confirmó que todos los propietarios entrevistados sí participaron desde el proceso mencionado anteriormente, pero en lo referente a la fecha de obtención de la certificación se obtuvo diferentes respuestas, en la Tabla N° 31 se muestra el año en que obtuvieron la certificación las PYME ubicadas en la provincia de Arequipa.

Las PYME que obtuvieron la certificación en el 2012 y 2013 estuvieron desde el proyecto piloto que inició en el 2009, las que obtuvieron la certificación en el año 2015 fueron las que se integraron en la segunda etapa que se inició en el año 2013, y las que obtuvieron la certificación recientemente son aquellas que se han ido integrando desde el 2015 al proyecto.

Tabla 31: Detalle de las PYME Certificadas en la Región Arequipa.

N	RUC	Razón Social	Año	Provincia
1	20413770204	ART ATLAS S.R.L.	2015	Arequipa
2	20454519761	CALICAMPO S.A.C.	2015	Arequipa
3	20413382531	TEXTIL VISO S.A.C	2015	Arequipa
4	20455522251	QILLIY S.R.L.	2015	Arequipa
5	20498034277	NYM'S E.I.R.L.	2015	Arequipa
6	20456061045	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	2015	Arequipa
7	20454175655	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	2015	Arequipa
8	20453853706	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	2012	Arequipa
9	20454132506	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	2012	Arequipa

10	20454683561	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	2013	Arequipa
11	20455320110	VELA VERA E.I.R.L.	2013	Arequipa
12	20600343328	MILLA & QAYTU	2017	Arequipa
13	20455421498	BRISAN	2018	Arequipa
14	20539522915	RUNAKAY	2018	Arequipa

Fuente: PROMPERU.

Respecto a la pregunta de cómo adapto la empresa a los principios del comercio justo, los entrevistados indicaron que el apoyo de PROMPERU fue fundamental para lograr los lineamientos del comercio justo, dichos lineamientos están relacionados con el trato con clientes, transparencia interna y externa con proveedores, trato a los trabajadores, cuidado con el medio ambiente y transparencia en precios. La mayoría de las PYME indicó que no se encontraban listas para los principios del comercio justo pero con la capacitación brindada y su ánimo por conseguir la certificación les permitió cambiar sus procesos y cultura organizacional.

Respecto a la pregunta relacionada a cuáles son las dificultades encontradas para adaptarse a los principios del comercio justo, la mayoría coincidió que el comercio justo es un estilo de vida, que deben ejecutar diariamente en sus procesos ya que están sometidos a auditorías para conservar la certificación, y al convertirse en un estilo de vida las PYME no tienen dificultades para alcanzar dichos principios, pero resaltaron que la continua capacitación de sus empleados, especialmente de aquellos que se han ido incorporando posteriormente a la obtención de la certificación, es vital para la comprensión de los principios y su correcta aplicación.

Respecto a la pregunta relacionada a qué principio de comercio justo considera el más relevante, el que se mencionó más fue el precio justo por la labor realizada, los propietarios aprecian que se pague por su productos un precio decente y equitativo, el proyecto les mostró que existen mercados interesados en proveedores que cumplan ciertos requerimientos y que están dispuestos a pagar por ese servicio, por lo tanto es el principio que más interesó a los propietarios de las PYME; otro principio

mencionado fue el desarrollo de habilidades, ya que los mismos propietarios en su mayoría también eran a la vez trabajadores que elaboraban sus prendas de vestir, por lo tanto experimentaron el proceso de capacitación y comprobaron que mejoraron sus habilidades hasta el punto de producir prendas de vestir de acuerdo a las exigencias del mercado internacional; el tercer principio mencionado con mayor frecuencia fue el relacionado con la igualdad de trato, y fue mencionado especialmente por los propietarios de género femenino, que fueron el 70% de los entrevistados, es importante para ellas que las trabajadoras obtengan los mismos ingresos que los trabajadores masculinos, asimismo este rubro permite que las mujeres obtengan fuentes de ingreso correspondiente a sus habilidades y méritos.

A continuación se analiza los indicadores según el dominio a nivel individual dirigidos a los propietarios de las PYME, el primer tema dominio es el referente al Bienestar específicamente si el proyecto de BPCJ influyó en el control sobre sus ingresos y recursos personales, para ello se les realizó preguntas con respecto a cuánto ha aumentado porcentualmente sus ingreso y ahorros después de la obtención de la certificación en BPCJ, todos los entrevistados respondieron que sus ingresos aumentaron , pero el porcentaje de aumento fue el resultado que si mostró diferencias, algunos respondieron que sus ingresos aumentaron en 900% luego de tres años de haber obtenido la certificación, ese es resultado mas llamativo, el que mencionó el porcentaje menor indicó que fue de 200% también en el mismo período, en promedio los entrevistados nos dan un resultado de 400% de aumento de ingresos, el ingreso es una variable directamente relacionada con el ahorro, a mayor ingreso, mayor ahorro, por lo tanto al obtener mayores ingresos los propietarios de las PYME, también aumentaron sus ahorros la diferencia está el destino de dichos ahorros, los cuales se derivaron principalmente en activo fijo, lo cual les permitió lograr ese porcentaje de ingresos en un período de tres años a partir de la obtención de la certificación.

El siguiente grupo de indicadores de impacto, dentro del domino Bienestar, están orientados a medir el impacto de la certificación de BPCJ en su Autoestima, para ello el primer indicador está relacionado con sus capacidades y habilidades, para verificar si han mejorado luego de la obtención de la certificación, el 100% aceptó que sí mejoraron, gracias a las capacitaciones se dieron cuenta que incrementaron su

conocimiento en aspecto de requerimientos de calidad, disposiciones legales respecto al régimen laboral así como empresarial, gestión administrativa y comercial, y otros aspectos y por ello se sienten en confianza de administrar su empresa mejorando su autoestima.

Continuando con los cambios en el Autoestima de los Propietarios de las PYME, se planteó las preguntas relacionadas a si hubo participación en la reuniones posteriores a la obtención de la certificación y si recibió algún reconocimiento, en este punto todos los entrevistados indicaron que el proceso no incluye reuniones grupales de las PYME que han participado, sólo tienen interacción con los auditores que revisan el cumplimiento de los principios periódicamente; respecto a si hubo reconocimiento, indican que existe una ceremonia que brinda PROMPERU, al momento de la obtención de la certificación, también recibieron reconocimiento si participaron en la Feria Perú Moda. Se consultó si hubo reuniones posteriores con los representantes del gobierno regional, todos los entrevistados indicaron que no tuvieron ningún contacto con representantes del gobierno local y tampoco reconocimientos por su apoyo a el crecimiento socioeconómico de este sector industrial. En conclusión a nivel individual el impacto en los propietarios fue positivo lograron el objetivo de aumentar sus ingresos personales, en consecuencia sus ahorros , y a nivel de temas relacionados al Autoestima se resalta que el gobierno regional no se involucró en los resultados del plan en consecuencia se puede afirmar que sólo participaron en el financiamiento pero sin perspectivas de mejora continua con la información de los resultados obtenidos.

5.1.2 El impacto en los trabajadores de las PYME

En relación a las entrevistas realizadas a los trabajadores, se inició la entrevista preguntando el tiempo que llevan laborando en la PYME, solo para confirmar que los trabajadores escogidos de la planilla hayan entrado a laborar antes de la certificación, se confirmó que el 100% de los entrevistados sí estuvieron desde antes de la obtención de la certificación y tuvieron conocimiento de los cambios tal como solicita los principios de comercio justo.

En relación a la pregunta de qué puesto desempeña en la empresa, se planteó la interrogante para corroborar que los trabajadores laboran en el área de producción de

la empresa, los costos pertenecientes a ésta área de la empresa intervienen en el costo de producción del cual se tiene que tener el registro adecuado porque será revisado por los auditores a cargo de la certificación, por lo tanto ese dato confirma si se cumple con los principios del comercio justo.

Respecto a las preguntas relacionadas a si recibe su pago a tiempo, el 100% indica que las PYME al ser formalizadas tienen que cumplir con los plazos establecidos por ley, cabe destacar que algunas PYME hacen pagos quincenales y otras la realizan mensual, esa diferencia depende de la gestión de el flujo de caja planificado por cada gestión.

A continuación se analiza los indicadores dentro del dominio Bienestar relacionados a el impacto en el control de los ingresos y recursos, los trabajadores entrevistados respondieron a la pregunta sobre el aumento en los ingresos percibidos, el 100% de los entrevistados indicaron que sí perciben un aumento en sus ingresos ya que el pago por hora ha ido incrementándose a lo largo de los años después de la obtención de la certificación, se debe recordar que las entrevistas fueron dirigidas a trabajadores con contrato indefinido y que están laborando en las PYME desde antes de la obtención de la certificación, los entrevistados indicaron que en promedio en los primeros dos años hubo un aumento del 33% en sus ingreso laborales, entre el tercer y el cuarto año en promedio indican un aumento del 23%, se debe indicar que el salario que esta por encima del aumento del salario mínimo vital que en los últimos 10 años aumentó en 24% en el país. El detalle de los salarios promedio que se utilizó para el cálculo de los porcentajes sustentados se encuentra en el Anexo N° 2.

Con respecto al aumento de los ahorros personales, al existir un aumento progresivo de los ingresos, tal como se explico antes les ha permitido al 100% de los trabajadores entrevistados ahorrar para mejorar su calidad de vida a futuro, este resultado se verá mostrado en el nivel familiar donde se verá la inversión que realizaron con dichos ahorros.

Con respecto al impacto en el Autoestima de los trabajadores de las PYME, se consultó si hubo cambios en sus habilidades y capacidades, el 100% de los entrevistados reconocieron que los propietarios brindaron y brindan capacitaciones periódicas, tienen entendido que es una exigencia de la certificación y de las

auditorías; los entrevistados agregaron que la capacitación les permite alcanzar el nivel de calidad de los productos a nivel internacional.

5.2 El impacto a nivel micro empresarial

El impacto a nivel empresarial se aplicó sólo a los propietarios de las PYME, tal como se indicó en el diseño de la investigación, porque los propietarios son encargados de la gestión administrativa y son los participantes ideales para brindar dicha información.

El tema dominio de los indicadores es el Desarrollo, enfocado a la gestión del negocio, beneficios e ingresos del negocio, inversión en activos y generación de empleo.

Con respecto a el impacto en el volumen de ventas, esta interrogante se planteó para conocer si el volumen físico de las ventas aumentó desde la obtención de la certificación, en este indicador se profundizó ya que los ingresos monetarios están afectados por la inflación y el tipo de cambio específicamente, la información a recopilar era básicamente el volumen físico vendido, el 100% de los propietarios indicaron que sí hubo aumento físico de las ventas por lo tanto aumento en la producción de la empresa , aclararon que fue progresivo a medida que fueron promocionándose a través de las ferias internacionales, que formaban parte del plan de BPCJ, en promedio a los tres años siguientes a la obtención de la certificación se vio un aumento significativo en el volumen de ventas, dicha respuesta coincide con los datos brindados en el impacto en los ingresos económicos individuales, en promedio indicaron que al termino de los primeros tres años luego de la participación en el plan BPCJ, el volumen de ventas aumentó en 400%, el cambio coincide con sus participaciones activas en las ferias internacionales.

Con respecto a el tema del porcentaje de los beneficios obtenidos, se planteó dicho indicador porque el plan BPCJ no sólo se centró en la gestión de costos relacionados a la producción, sino también a los gastos operativos tales como administración y ventas; el 100% de los entrevistados indican que la capacitación los ayudó a mejorar su sistema contable, permitiéndoles identificar gastos representativos en sus PYME que eran necesarios realizar y otros gastos que eran innecesarios. En cuanto al porcentaje del beneficio obtenidos una vez descontados el costos de ventas y los gastos de

operación, los entrevistados indican que sector les permite obtener una utilidad en promedio de 10% a 15%. Se debe resaltar que la capacitación no incluye temas financieros o tributarios.

Respecto al análisis de la gestión productiva, al incrementar individualmente sus habilidades administrativas, los resultados se vieron mostrados en el proceso productivo en los aspectos logísticos, confección, control de calidad y gestión comercial, el 100% manifestó que una buena gestión involucra el soporte de personal con conocimientos en dichas áreas , que la labor administrativa puede ser delegada a medida que el volumen de producción aumente y permita la contratación de nuevo personal.

Respecto al impacto en el acceso a nuevos clientes ubicados en mercados internacionales y la realización de contratos, el 100% de los entrevistados indicaron que la participación en ferias internacionales les ha permitido conocer clientes potenciales ubicados en diferentes partes del mundo, a la vez tuvieron acceso a una base de datos brindada por PROMPERU, por lo tanto del número promedio que contactaban antes de su participación con respecto a después de la certificación, nos muestran cambios notorios, el porcentaje promedio de crecimiento es de 550%, entiéndase como contacto a establecer comunicación con el cliente potencial y que éste responda solicitando mayor información. Como se mencionó antes, las PYME trabajaron con la información que brindó PROMPERU, es decir las PYME no realizaron un estudio de mercado, se realizó entonces la consulta a los propietarios si después de la certificación realizaron algún estudio de mercado para otros destinos distintos a los que tiene actualmente, sólo el 20% respondió que sí, los entrevistados justifican su poco interés en la investigación argumentando, en su mayoría, la capacidad de producción como límite para atender nuevos mercados. Con respecto al cambio en el porcentaje de contratos internacionales realizados, el porcentaje de cambio después de tres años de la obtención de la certificación muestra un aumento del 300% en promedio.

Para complementar las información anterior, se consultó sobre la relación a largo plazo con los clientes, se confirmó que algunas PYME ya exportaban antes de la certificación, y la obtención del sello de comercio justo les permitió mantener a sus clientes, y brindar valor agregado a sus productos, por lo tanto dichos clientes

aumentaron el volumen de las órdenes de producción; a la vez los nuevos clientes contactados realizan pedidos anuales y casi el 100% de ellos fueron contactados en las ferias promovidas por el plan BPCJ y entre sus principales exigencias está el sello de comercio justo.

Con respecto a el impacto en la inversión en activos, el 100% de los entrevistados indicó que compraron nueva maquinaria para poder cumplir con los pedidos que fueron incrementado en los años posteriores a la certificación, no precisaron el monto realizado porque ya había pasado un tiempo, pero indicaron que invirtieron en ampliar sus unidades de tejido; hay que indicar que las PYME inscritas se pueden especializar en tejido a mano y tejido a maquina industrial, esta última categoría implica la compra de maquinas industriales cuyo costo es alto en el mercado.

Siguiendo con la inversión en activos, se consultó sobre la inversión en nuevos ambientes para la empresa, el 100% de los entrevistados indicó que tuvo que mejorar instalaciones o mudarse a nuevas instalaciones, específicamente el 70% indicó que tuvo que acondicionar ambientes para el almacenamiento del hilado, ambientes para el personal, especialmente si contaban con madres de familia, mejora de los servicios higiénicos, el área de producción, el área de control de calidad; el 30% de los entrevistados indicó que tuvo que cambiar de local lo que implica la construcción de una pequeña planta o el alquiler de un nuevo local, pero indicaron que era necesario para poder responder a la demanda creciente del los mercados contactados.

Con respecto al impacto en la generación de empleo, se debe distinguir aquellos empleados contratados a plazo fijo o determinado y los que son de naturaleza indefinida, con respecto a este tema los principios de comercio justo son claros en respetar las condiciones laborales, la informalidad en la región, como se vio en el análisis externo, es alta , pero si las PYME desean mantener la certificación deben registrar a cada uno de los empleados en planilla, el 85% de los trabajadores de las PYME trabaja con contrato a plazo fijo, especialmente el área productiva, destinada a laborar en las temporadas donde se realiza los órdenes recibidas por los clientes a nivel internacional; como generadores de empleo las PYME brindan trabajo a casi el 90% de la población activa a nivel nacional, esa situación no es diferente en el sector textil, la PYME entrevistadas han establecido alianzas con grupos de artesanos que en temporada de producción están disponibles para ingresar a laborar, y con el aumento

en el volumen de ventas también se ha incrementado la necesidad de mano de obra especializada, situación que impulsa el aumento del costo de mano de obra, pero con los años el mercado se ajusta y se ha incrementado el número de artesanas que están dispuestas a laborar, respecto a un margen de incremento de contratación depende bastante del tipo de tejido a realizar y de la temporada, en el que hay más impacto es en el tejido de punto el cual dependiendo del modelo a realizar y del volumen del pedido dan un promedio máximo de 900% en incremento de personal con contratos a plazo fijo, dicho personal laboran para las PYME en promedio de ocho a nueve meses al año.

5.3. El impacto a nivel familiar

Con respecto al nivel Familiar planteado en el diseño de investigación, se pretende obtener información real sobre el impacto de la certificación específicamente en los trabajadores, y la razón de la selección de los trabajadores se debe a que ellos representan la creación de los principios de comercio justo, es decir obtener un precio justo por el producto para brindar a los trabajadores un salario digno que les permita solventar un nivel de vida que satisfaga sus necesidades.

El primer impacto analizado dentro del dominio Seguridad del Hogar es la Educación, se preguntó a los entrevistados si tienen hijos que se encuentren estudiando o hayan terminado sus estudios durante el tiempo que laboraron en la PYME, los entrevistados respondieron según el nivel de educación que se encuentran desarrollando sus hijos; se identificó que el 45% de los entrevistados tienen hijos en edad escolar, el 40% tiene hijos que están desarrollando estudios de educación superior y el 15% indicaron que tienen hijos que terminaron estudios cuando ellos estaban laborando en la PYME.

Con respecto a la pregunta si sus ingresos le permitieron dar educación a sus hijos, indicaron que sus hijos sí tienen educación, pero dicha educación fue pagada en conjunto con sus parejas conyugales que se desempeñan en otras labores, además se resalta que el 65% de los entrevistados tienen o tuvieron a sus hijos en instituciones públicas, el resto tuvo a sus hijos en instituciones privadas, éste ultimo grupo requiere de mayores ingresos por familia para poder solventar los gastos; se analizó los costos

promedios de las instituciones privadas relacionándolos con los ingresos promedio del trabajador de una PYME y se determinó que dichos ingresos no cubrirían el importe de todos los gastos de un hogar, por lo tanto aquí se percibe el apoyo de la pareja conyugal, en conclusión el ingreso percibido del trabajador de la PYME no es suficiente para brindar educación en instituciones privadas.

Con respecto a la pregunta, si su trabajo le permitió acceder a un seguro social, el 100% de los entrevistados indicaron que ellos se encuentran en planilla por lo tanto tienen acceso a seguro social brindado por todo empleador y tienen entendido que es una exigencia de la certificación de comercio justo, todos los entrevistados señalaron que hacen uso de los servicios del seguro social y no han tenido problemas con respecto a falta de atención por falta de aportes del empleador.

Con respecto a la pregunta relacionada a que, si los ingresos percibidos por su labor en la PYME le han permitido solventar la canasta básica de consumo, la respuesta después de señalar cuáles son los componentes de dicha canasta en nuestro país, fue afirmativa, es decir los gastos relacionados a alimentos y bebidas; vestido y calzado; alquiler de vivienda, combustibles y electricidad; muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda; cuidados, conservación de la salud; transportes y comunicaciones; esparcimiento, servicios culturales y enseñanza; y otros bienes y servicios, son básicamente cubiertos por sus ingresos, pero se debe resaltar que la canasta básica de consumo que es de S/1250.00 en promedio (familia con cuatro miembros en la ciudad de Arequipa) , se debe señalar que se aclaró que debe cubrir el costo de canasta sólo utilizando su ingreso individual.

Con respecto a la pregunta si su actual ingreso le ha permitido comprar bienes para el hogar o realizar modificaciones a su hogar, el 100% de los entrevistados indicaron que si usan sólo su ingreso percibido de las PYME, no les permitiría realizar compras significativas o realizar ampliaciones en sus hogares en el corto plazo, todos indicaron que tendrían que analizar opciones como financiamiento de una empresa bancaria y a través de dicha opción realizar el pago de los cambios propuestos a largo plazo. El porcentaje de trabajadores que hicieron cambios en su hogar es de 35%, compras de bienes como electrodomésticos el 100% respondió que si realizó la compra de dichos artículos.

5.4 El impacto a nivel comunitario

El presente nivel está orientado al análisis del impacto en la generación de empleo, capital social, recursos financieros destinados al desarrollo comunitario, todos ellos dentro del dominio Desarrollo, nos permitirán analizar la participación del gobierno en el plan BPCJ, para ello se entrevistó a dos representantes que participaron activamente; la elección de los entrevistados fue en base a su participación desde el inicio del plan y su responsabilidad actual en el gobierno local.

Respecto a los recursos financieros destinados al desarrollo de programas relacionadas al comercio justo o comercio solidario, indicaron que todos son privados, es decir los montos que aparecen brindados por PROMPERU y los gobiernos regionales, son obtenidos de entidades internacionales, no forman parte del presupuesto brindado por el gobierno central; adicionalmente mencionaron que toda la información económica del plan de BPCJ desde el 2009 mostrado en el marco contextual no es considerado por el gobierno regional como un tema de comercio justo o comercio solidario, esa perspectiva fue brindada por la oficina que promovió este tipo de proyectos, que es PROMPERU, el gobierno regional participó en el presupuesto porque iba a desarrollarse en la provincia de Arequipa y fue porque fue convocado por PROMPERU

Con respecto al número de PYME, beneficiadas directa o indirectamente con el plan BPCJ, la representante de la oficina de PROMPERU, indicó que su oficina no analiza ese aspecto, las auditorías realizadas se enfocan en el cumplimiento de los principios de comercio justo y del aspecto comercial, se consultó porque no se analiza el impacto a nivel comunitario, la información brindada fue que no está dentro de los objetivos del plan, la entrevistada brindó los datos que le conciernen a su oficina los cuales son:

- 13 empresas certificadas en Buenas Prácticas de Comercio Justo. (Corporación Andina de Fomento 2016)
- Desarrollo de habilidades gerenciales e implementación de prácticas de comercio justo en 122 empresas que se inscribieron en el plan a nivel nacional. (Corporación Andina de Fomento 2016)

- Generación de colecciones de prendas con diseños y acabados de alta calidad, en respuesta a las expectativas del mercado extranjero. (Corporación Andina de Fomento 2016)
- Participación en ferias internacionales y en Perú Moda, lo que permitió la apertura a nuevos mercados y la visibilidad de una gestión empresarial bajo las exigencias del comercio justo. (Corporación Andina de Fomento 2016)
- Desarrollo de habilidades empresariales para adaptarse al estudio de mercado y conocimiento del perfil del cliente en Europa, Estados Unidos, Japón y otros países que tienen un nicho desarrollado para el consumo de productos de comercio justo. (Corporación Andina de Fomento 2016)
- Elaboración de manual y ficha de evaluación de Buenas Prácticas de Comercio Justo. (Corporación Andina de Fomento 2016)

Cabe mencionar que la entrevistada brindó los datos expuestos por uno de las entidades extranjeras que financiaron el plan BPCJ, porque mencionó que PROMPERU no tenía estadísticas de elaboración propia.

La misma pregunta se realizó a la representante del gobierno regional, manifestó que la participación de la entidad que representa fue solamente en la parte financiera porque al no existir una oficina orientada a la promoción del comercio justo o solidario, o en todo caso tener una oficina que tenga entre sus objetivos el comercio justo, no se elabora un análisis del impacto, cabe mencionar que el gobierno regional de Arequipa tiene una gerencia denominada Desarrollo e Inclusión Social que entre sus subgerencias no se encuentra alguna relacionada con los temas de la presente investigación, el organigrama del gobierno regional de Arequipa se encuentra en el Anexo N° 3 .

Con respecto a la población beneficiada directa o indirectamente, se propuso esta pregunta para conocer el impacto en la generación de empleo por la realización del plan BPCJ, no sólo en las PYME que obtienen la certificación, sino en toda la cadena productiva, para ello se debe explicar que la cadena productiva del sector textil en el Perú esta actualmente consolidada, ya que los proveedores de la fibra ya sea de algodón y de auquénidos sudamericanos, los productores de hilado, las empresas textiles se encuentran todas en el país, no se importa de otros países o se realiza el servicio de outsourcing, por lo tanto una mejora en cualquiera de los componentes de

la cadena productiva ayuda a las demás empresas, en el caso del aumento del volumen de ventas de las PYME ha ayudado al proveedor de fibra e hilado a incrementar igualmente su producción, en el Anexo N° 4 se explica como se complementan la cadena productiva para un mejor entendimiento.

Cabe destacar que las empresas que se dedican a obtener la fibra de auquénidos sudamericanos, que son las empresas ubicadas en el Sur del Perú, no son empresas formalizadas, son en realidad comunidades de personas que tienen bastantes necesidades insatisfechas y viven en localidades que no cuentan con todos los servicios públicos, que no existe servicios de salud cercanos o centros de educación para sus hijos, la ONG Soluciones Prácticas, a través de su boletín orientado a brindar información sobre las comunidades alpaqueras brinda la siguiente información sobre la población rural en el Perú:

- El 60.2% tiene como área de residencia la zona rural. El 55,1% se ubica en la sierra. Para el caso de la pobreza extrema, el 72.4%.
- El 56% no ha alcanzado ningún nivel educativo o sólo tiene primaria. El 20,1% son analfabetos
- El 31.8% cuenta con viviendas inadecuadas. En el 63.3% predomina el adobe o tapia como material de construcción.
- El 56.5% no tienen una red pública de agua dentro de la vivienda. El 25% no tiene servicios higiénicos.
- El 32% no tiene electricidad.
- Sólo el 25,8% tiene como lengua materna el castellano.

La certificación BPCJ busca un pago justo por el producto final y un salario para el artesano, pero no se centra en los proveedores, en el caso de la cadena productiva, las PYME no tienen contacto con los productores de fibra, las tiene contacto con los productores de hilado, lo cuales son los que definen el precio de la fibra en el mercado,

esta información muestra que falta la promoción de un pago justo a los productores de fibra tal como se da en otros sectores como el algodón, en el Perú no existe una política solidaria con dicho sector, las empresas productoras de hilado se han percatado que si sus proveedores no mejoran , ellos no obtendrán buena fibra para sus productos, por lo tanto han buscado apoyar a comunidades específicas, pero no es suficiente el apoyo, el Estado debe promover el pago justo por la fibra obtenida.

A continuación la Tabla N° 32, en la cual se muestra un resumen de los resultados del impacto de la aplicación del comercio justo en las PYME participantes del plan BPCJ.

Tabla 32: Resumen de los Resultados obtenidos del Impacto del Comercio Justo en las PYME.

NIVEL	DOMINIO	CAMBIOS EN:	RESULTADOS
Individual	Bienestar	Ingresos y control sobre recursos personales	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de los propietarios entrevistados indicaron que sus ingresos aumentaron en promedio 400% después de la certificación, haciendo la indicación que el aumento mostrado se da luego de tres años. • El 100% de los propietarios entrevistados, indicó que han logrado aumentar sus ahorros personales ya que su negocio muestra rentabilidad lo cual les ha permitido mejorar su calidad de vida. • El 100% de los trabajadores entrevistados señaló que sus ingresos personales ha aumentado a medida que la empresa fue mejorando su ventas , el promedio de del aumento del salario fue de 33% luego de tres años de la participación en el plan BPCJ y actualmente en promedio el salario de un trabajador es de \$ 450 dólares americanos mensuales. • En relación a los ahorros personales , por consecuencia del aumento del ingreso, el 100 % de los trabajadores entrevistados señaló que si han podido ahorrar, pero no es significativo el monto acumulado.
		Autoestima	<ul style="list-style-type: none"> • El 100 % de los propietarios entrevistados señaló que las capacitaciones recibidas le ha permitido administrar su empresa, mejorando su desempeño laboral.

			<ul style="list-style-type: none"> • El 100 % de los propietarios entrevistado reconoce que fueron reconocidos por su participación en el plan BPCJ, pero dan más importancia a la participación en las Ferias Internacionales en la que no todas las PYME participan anualmente, en las cuales también se reconoce su participación. 0% de los propietarios indican que el gobierno regional haya participado brindado algún reconocimiento, ni a las PYME más destacadas que hasta incluso es conocida su labor por los medios de comunicación locales. • El 100% de los trabajadores de las PYME reconoce que la capacitación que brindan los propietarios , como parte de sus cambios para conseguir el sello de comercio justo, los ha ayudado a mejorar sus habilidades y sistematizar su labor a través de medios técnicos propios del sector textil
--	--	--	---

Familiar	Seguridad del Hogar	Educación	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de los trabajadores entrevistados han indicado que el salario percibido les ha permitido y permite actualmente dar educación a sus hijos, tanto en educación superior como escolar, pero se aclara que es educación en instituciones públicas, el cual representa el 65% de los entrevistados. Para tener una educación privada para sus hijos necesitan del apoyo del conyugue.
		Salud	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de los trabajadores entrevistados indicó que tienen acceso a seguro social que cubre también la atención de sus hijos; la inclusión en planilla de todos los trabajadores es una exigencia del comercio justo por eso los trabajadores tienen este beneficio.

		Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de los trabajadores indican que si solo percibieran su salario de la PYME, les permitiría cubrir la canasta básica de consumo y por lo tanto la alimentación sería cubierta.
		Bienes del hogar	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de los trabajadores entrevistados ha indicado que si han adquirido nuevos bienes para el hogar con el salario recibido, pero utilizando los ahorros luego de un período de tiempo en el cual se dio el aumento de los salarios percibidos.
		Mejoras del hogar	<ul style="list-style-type: none"> El 35% de los trabajadores entrevistados indicó que han realizado mejoras en sus hogares, pero se aclara que fueron realizados con fondos de prestamos bancarios, los cuales pueden pagar a largo plazo gracias al trabajo que tienen.

Micro empresarial	Desarrollo	Aumento de ingresos y beneficio del negocio; gestión del negocio	<ul style="list-style-type: none"> El 100% de las PYME han incrementado el volumen de ventas , el porcentaje del aumento en promedio es de 400% luego de tres años de obtener el sello de comercio justo. Respecto a los beneficios, el porcentaje señalado en promedio varía de 10% a 15% de beneficio con respecto a sus ventas. El aumento de contactos realizados es de 550% en promedio basándonos en los datos brindados por los entrevistados, entiéndase como contacto, la relación comercial entablada con el cliente y que éste responda solicitando mayor información.
----------------------	------------	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> • El aumento promedio de los contratos internacionales realizados es de 300% luego de tres años de la obtención del sello de comercio justo. • El 100% de los propietarios entrevistados señaló que la gestión productiva mejoró gracias a la capacitación recibida y a la implementación de las herramientas técnicas que exige el sello de comercio justo
		Inversión en activos	<ul style="list-style-type: none"> • El 100% de los entrevistados indicó que si compró maquinaria después de la obtención del sello de comercio justo, pero fue en consecuencia del aumento del volumen de ventas. • El 70% indicó que tuvo que modificar ambiente para poder cumplir con las exigencias del sello de comercio justo, el 30% restante indicó que tuvo que mudarse a otro local con dimensiones adecuadas para poder cumplir con las exigencias.
		Generación de empleo	<ul style="list-style-type: none"> • En promedio el 85% de la planilla trabaja con contratos a plazo fijo, es decir solo se contrata por temporadas de ordenes de producción. • El porcentaje de trabajadores contratados por la PYME depende del volumen de venta y el porcentaje más elevado obtenido de las entrevistas es de 900%.

Comunitario	Desarrollo	Recursos financieros destinados al desarrollo comunitario	<ul style="list-style-type: none"> Las entrevistadas no pueden brindar la información porque señalan que es privada; pero si se realiza una comparación del gasto corriente que realiza el gobierno regional por año y lo invertido en promedio en el plan BPCJ, el presupuesto a gastar en el plan representaría el 0.05% del presupuesto asignado en el 2017 al gobierno regional.
		Generación de empleo	<ul style="list-style-type: none"> No existe datos del gobierno regional, porque no se encuentra entre sus labores medir la generación de empleo de la aplicación del comercio justo en un sector industrial. Pero se ha mostrado que el aumento de volumen de ventas en las PYME crea un impacto en la cadena de valor del sector textil que la completan los productores de fibra e hilado, por lo tanto se hay aumento de las ventas genera un impacto positivo en el empleo en toda la cadena
		Capital Social	<ul style="list-style-type: none"> En la región de Arequipa el 77% de las PYME inscritas en el plan BPCJ se ha certificado y las empresas que están relacionadas a ellas en la cadena de valor se ven beneficiadas con el aumento de sus volúmenes de venta creando un efecto multiplicador que no es medido por el gobierno regional

Elaboración: Propia, a partir del análisis hecho por por Martínez S. y Rodríguez I. En el artículo denominado air Commerce and Impact on Microproducers: A

Methodological Proposal for its Measurement.

Capítulo 6: Propuesta de Mejora sobre el Plan de Implementación del Comercio Justo en las PYME orientadas al Sector Textil

En el presente capítulo se planteará mejoras al plan BPCJ con el objetivo de ampliar sus beneficios a las empresas y comunidades que trabajan directa o indirectamente con las PYME certificadas, asimismo se planteará mejoras en la operacionalización del plan y finalmente se establecerá un marco jurídico a nivel de gobierno regional para que el comercio justo se convierta en una alternativa de desarrollo comprobada y de efecto multiplicador a todos los sectores que rodeen al sector industrial beneficiado.

6.1 Propuesta de Desarrollo de la Estrategia Peruana de Comercio Justo

La presente estrategia se basa en los casos desarrollados en Brasil, Colombia, Bolivia y Ecuador, vistos en el marco teórico de la presente investigación; se analizó cada uno de las propuestas desarrolladas en los mencionados países, con el fin de obtener información que permita realizar una propuesta de aplicación en el gobierno regional de Arequipa, el cual permita reconocer y ampliar la experiencia del plan BPCJ a otros sectores productivos de la región; la acción de reconocer el impacto del plan BPCJ implica que debe ser incluido entre los objetivos y presupuesto de la región como actividad promotora de desarrollo de las PYME textiles de la región; la acción de ampliar la experiencia del plan BPCJ, significa que puede ser aplicado en otros sectores industriales tradicionales de la región, que tienen trabajadores con salarios mínimos que no cubren sus necesidades de vida.

Marco Legal, Institucional y Planificación

Como se indicó anteriormente en el Perú no existe una ley orientada al comercio justo o solidario, existen iniciativas mostradas en el marco teórico, pero no un marco legal como en otros países sudamericanos, por lo tanto se debe desarrollar una propuesta para su posterior implementación.

En el caso regional, la propuesta es desarrollar un acuerdo regional que permita incluir los proyectos orientados al comercio justo o solidario en alguna de las Gerencias Regionales mostradas en el Anexo N° 3, lo ideal por su orientación de atención a sectores específicos de la población, sería la Gerencia Regional de Desarrollo e

Inclusión Social, donde se incluiría por acuerdo regional la Oficina de Comercio Justo o Solidario, la creación de dicha Oficina permitiría asignar un presupuesto, es decir formar parte del gasto corriente del Gobierno Regional, garantizando que los planes se desarrollen todos los años en la localidad.

El Acuerdo Regional a crear debe manifestarse a través de una directiva donde se determinará los pasos para consolidar el objetivo, los cuales son:

- a) **Crear un equipo multidisciplinario** para la implementación de la Oficina, el cual incluiría expertos de las Gerencias Regionales relacionados con Economía, Producción, Empleo, Desarrollo Social, Agricultura, Ganadería. Acuicultura, Pesca, Competitividad, los cuales formarán un Comité Técnico.
- b) **La comercialización y mercado**, actualmente bajo el sello de comercio justo se encuentran las PYME certificadas del plan BPCJ, y para ser sostenible el apoyo de la oficina de comercio justo o solidario, señalada en la primera propuesta, se debe expandir sus servicios a otros sectores productivos.

Uno de los sectores que mencionó la representante del gobierno regional, fue aplicar el comercio justo en el sector de agrícola, específicamente a los productos denominados los súper alimentos, que en nuestro país son los productos tales como quinua, kiwicha, maca, kanihuaco, tarwi, quinua, etc. , los cuales son desarrollados por comunidades campesinas muy pobres en la sierra del país, varios de ellos ubicados en la región Arequipa.

Otro sector productivo, para el cual se propone la aplicación de los principios del comercio justo, es a los productores de fibra de auquénidos sudamericanos, que forman parte de la cadena productiva del sector textil de la región Arequipa, cuyos productores pertenecen a un sector de la población muy empobrecido, por lo tanto el comercio justo les permitiría obtener mejores precios por su producto.

Con respecto al mercado en el caso de los súper alimentos, ya existe una cadena de producción en el país, lo que falta es introducir el concepto de comercio justo y atraer a los productores a la capacitación respectiva, este plan se complementa con las ferias internacionales, que ya se desarrollan en el Perú, como la feria EXPOALIMENTARIA, que se ha convertido en los últimos 10 años en una plataforma de la oferta exportable del sector agro industria, que le ha

permitido atraer compradores a nivel internacional, una labor alcanzada en coordinación del sector privado y público.

Con respecto a la propuesta de sello de comercio justo a los productores de fibra de auquénidos sudamericanos, la cadena productiva existe, lo que falta es el entendimiento por parte de los productores de fibra, que el comercio justo es una opción para obtener un mejor precio por la fibra obtenida de su ganado, que necesitan capacitación para la obtención del sello así como se hizo con los dueños de las PYME del sector textil, al asumir los productores lo mencionado anteriormente les permitirá pasar de comunidades a empresas formales lo que les brindaría beneficios fiscales y beneficios laborales a su trabajadores, que en realidad son sus propios familiares; finalmente inteligencia comercial desarrollada por el Estado que les permita acceder a compradores internacionales y dejar de tener como única opción a los compradores locales que imponen sus precios, porque son los únicos compradores en algunos sectores geográficos de nuestra región.

- c) **Asegurar la producción**, en la tres propuestas mencionadas, con las cuales iniciaría la oficina de comercio justo en la región Arequipa, es totalmente viable, la cadena de producción esta asegurada por los avances del sector privado y público en los últimos años; en la tercera opción, certificación de los productores de fibra de auquénidos, actualmente la producción de fibra es asegurada porque el Perú es el primer productor mundial de fibra de auquénidos sudamericanos, véase en el Anexo N° 5, a la vez la región Arequipa es una de la regiones en Perú con el mayor número de estos animales en reservas naturales, controladas por entidades del Estado.
- d) **La Organización y gestión**, en este punto se debe asegurar la organización, liderazgo, articulación de los miembros correspondientes en cada sector, incluido el gobierno regional de Arequipa, para consolidar los principios de comercio justo; en el sector textil ya esta consolidado el proceso para la obtención del sello de comercio justo y la parte de comercialización; en el sector agro industrial la cadena de valor ya esta definida, lo que falta es introducir el comercio justo como una alternativa de comercio para los productores , especialmente para aquellos que teniendo un producto de

calidad no logran obtener un buen precio, por las economías de escala que están logrando otros productores locales e internacionales; en el tercer caso la labor es más profunda porque primero hay que hacer un estudio sobre la situación actual de la comunidades alpaqueras para identificar sus capacidades para convertirse en empresa formal, una empresa que pueda cumplir con los principios de comercio justo, para luego pasar a la capacitación y posteriormente la certificación, en el caso del sector textil demoró casi tres a cuatro años ver resultados por lo tanto es un proceso a largo plazo por lo tanto es necesaria la intervención del Estado.

6.2 Propuesta de mejora en el plan de BPCJ

La propuesta de mejora enfocada en el plan BPCJ, derivado de la investigación de campo, contempla cambios en la retroalimentación de la información, incentivos a la investigación de mercado y financiamiento a las PYMES textiles.

Retroalimentación de información

El plan BPCJ ha logrado éxito en sus diferentes ediciones beneficiando a muchas empresas no solo en la región Arequipa sino en todo el Perú, pero tiene margen de mejora en la parte operativa; referente a la retroalimentación de información, como se mencionó en la investigación de campo, no se realizan reuniones posteriores a la obtención del sello de comercio justo, ni con PROMPERU, ni con el gobierno regional, por lo tanto se propone la realización de foros cuyos participantes, serían los propietarios de las PYME, para que compartan información sobre sus experiencias con el comercio justo en diferentes mercados.

Los participantes de dichos foros, deben dejar de lado sus actitudes de rivalidad entre competidores, y promover un clúster empresarial, que cumpla con los principios de comercio justo, esta decisión sería un valor agregado del sector industrial y de la región, sería crear un referente de visión empresarial que van en contra de la explotación laboral que existe en otras regiones geográficas, como China.

La información obtenida también ayudaría al gobierno regional de Arequipa, a cumplir su objetivo, relacionado al desarrollo de la región, porque comprendería el

impacto de sus proyectos sociales en los involucrados, directa o indirectamente, lo cual no realizan actualmente como se confirmó en la investigación.

Estudio de Mercado

Como se mencionó en la investigación sólo el 20% de las PYME entrevistadas han desarrollado algún tipo de investigación de mercado para ingresar a nuevos destinos, fuera de los que actualmente atienden, entre los cuales se encuentran los que les permitió contactar el plan BPCJ, esta situación acrecienta la dependencia de los mercados actuales, es necesario inculcar en las PYME la investigación de mercados internacionales.

Actualmente existen profesionales que egresan de las diferentes instituciones de educación superior que pueden ofrecer estos servicios, así como instituciones privadas, el costo de los servicios es la justificación que limita a las PYME a decidirse por realizar esta labor, por eso PROMPERU realiza investigaciones pero que son generales, no realiza investigaciones para una empresa específica, por lo tanto las PYME deben realizar un esfuerzo económico y formar alianzas con instituciones de educación superior para lograr dicha investigación.

Entre los objetivos de las instituciones de educación superior, que cuentan con carreras de negocios internacionales, se encuentra la educación por competencias y una de las competencias que deben desarrollar sus alumnos es la investigación de mercados, que pueden poner en práctica sus respectivos estudiantes, en las PYME interesadas.

Financiamiento

La propuesta de mejora, con respecto al financiamiento, es promover a través de los representantes del gobierno regional de Arequipa, el acceso a créditos bancarios, que sean brindados a las PYMES textiles certificadas.

En la actualidad las PYMES textiles, tienen muchas dificultades para acceder a créditos bancarios que les permita cumplir con sus órdenes de fabricación, los actuales procedimientos, en las cajas municipales y bancos comerciales de la región, exigen bastantes requisitos que la mayoría de las PYMES no pueden cumplir, por lo tanto no pueden obtener créditos para cumplir eficientemente con las órdenes de producción recibidas.

El gobierno regional puede capacitar a las PYME, para que ellas puedan cumplir con todos los requisitos solicitados para la obtención de un crédito, utilizando los documentos de exportación como garantía, al mismo tiempo puede comunicarse con las entidades bancarias locales, dándoles a conocer la estabilidad económica de las PYMES certificadas en el plan BPCJ, para que flexibilicen sus requisitos para el acceso a crédito.

Una actividad adicional que puede realizar el gobierno regional de Arequipa, sería incentivar a las PYME informales, a formalizar su situación ante las autoridades tributarias, la formalización permitiría el acceso a créditos bancarios y al plan BPCJ, dicho incentivo consistiría en capacitaciones y asistencia a las PYMES, en aspectos organizacionales, logísticos, comerciales, permitiéndoles alcanzar un nivel de funcionamiento que les permita postular al plan BPCJ y formalizarse jurídicamente, dicha actividad se convertiría en una pre – capacitación, pero para consolidar dicha propuesta se necesita de financiamiento que el gobierno regional de Arequipa, podría promover entre las entidades bancarias locales, esta situación podría consolidarse siempre y cuando las empresas se formalicen jurídicamente y cumplan las exigencias, en las cuales recibirán capacitación.

Capítulo 7: Conclusión

En el presente capítulo se desarrolla la conclusión, en la cual se muestra el resultado de la investigación con respecto a los objetivos, así como la confirmación o no de las hipótesis planteadas en el diseño de investigación, que forma parte de una de los objetivos planteados ante la problemática expuesta.

Con respecto al objetivo específico que era detallar el proceso y los objetivos del plan de implementación del comercio justo en las PYME orientadas al sector textil, propuesto por el Gobierno Regional, se logró conseguir información sobre el plan BPCJ desde el año 2009 hasta el año en curso, era importante dicho objetivo porque la información no era clara, ni por parte de los organizadores, es decir no hay una publicación por parte de PROMPERU en ninguna de sus plataformas o documentos escritos en los cuales describa los objetivos, organizadores, partidas de presupuesto y empresas beneficiadas en cada etapa; tampoco existe información publicada por parte del gobierno regional de Arequipa mostrando alguna referencia de la información detallada anteriormente.

Por lo tanto la labor de recopilar, relacionar, analizar y mostrar dicha información en un solo documento es necesario para entender la envergadura del plan BPCJ, el desarrollo de dicha información fue detallada en el marco contextual ya que es una acción de recopilación de información que nos permitirá definir el marco donde se analiza el impacto social y económico del plan BPCJ.

Con respecto al objetivo específico que era analizar el impacto del plan de implementación del comercio justo en la región de Arequipa en los aspectos económicos y sociales, se elaboró un diseño de investigación acorde al problema en base a anteriores investigaciones que analizan el impacto económico social en PYMES.

Para especificar el impacto social y económico, tras haber participado en el plan BPCJ, la presente investigación realizó diferentes hipótesis.

La primer hipótesis específica, planteaba que hubo una mejora en los ingresos personales y control sobre recursos personales de los propietarios y trabajadores de las PYME, así como en el autoestima; con respecto a dicha hipótesis se puede afirmar que el plan sí mejoró los ingresos personales, tanto de propietarios como de trabajadores, el promedio obtenido por parte de los propietarios de las PYME textiles, fue de 400% de incremento, dicha respuesta brindada por los propietarios, fue

verificada analizando los reportes de planilla brindados por las PYME textiles, los cuales no pueden ser presentados en la investigación por solicitud de los mismos. Se debe destacar que el beneficio no fue obtenido inmediatamente, los propietarios señalaron que en promedio se puede observar un cambio notorio después de tres años de su participación, ya que las actividades de promoción y comercialización se hace a través de ferias internacionales, cuya realización es anual, en las cuales participaron y mostraron año tras año sus trabajos y compromiso con el comercio justo, a sus potenciales clientes.

Los ingresos personales de los trabajadores, muestran un aumento promedio de 33%, y se debe indicar que el promedio de ingresos de los trabajadores del sector textil está por encima del salario mínimo vital del Perú, el cual es aproximadamente USD 293.00, actualmente en promedio los trabajadores del sector textil ganan USD 450.00 mensuales, datos muy cercanos con la información recopilada de las PYME textiles participantes en el estudio

Con respecto al autoestima, tanto de propietarios y trabajadores de las PYME participantes, el 100% de los entrevistados sienten mayor confianza en sus capacidades laborales por la capacitación recibida, y eso se puede comprobar porque sus clientes confían en el trabajo que realizan, situación reflejada en los pedidos continuos que realizan anualmente, según sus documentos de exportación; también se obtuvo la información que el 100% de los propietarios indica que no hay reconocimiento por participación o por logros de crecimiento empresarial por parte de gobierno regional de Arequipa, a pesar de los reconocimientos privados por parte de las instituciones que también financiaron el plan de BPCJ, tales como PROMPERU.

Con respecto a la segunda hipótesis específica, que planteaba que hubo un cambio positivo en la educación, salud, alimentación, bienestar y mejoras del hogar de los trabajadores que laboran en las PYME, después de la certificación del plan BPCJ. Se confirmó que el 65% de los trabajadores entrevistados, tuvieron o tienen hijos estudiando pero en instituciones públicas, el pago percibido de las PYME textiles no les permitiría tener a sus hijos en instituciones privadas.

Con respecto a la salud, el 100% de los entrevistados señaló que las PYME textiles para las cuales trabajan, sí cumplen con su inscripción y pago en el seguro social, lo cual les permita una atención integral de salud a ellos y sus respectivas familias, ésta

información brindada por los trabajadores es totalmente confiable , porque las PYME para mantener su certificación deben cumplir con el pago del seguro social, si no lo realizan se les retira la certificación.

Con respecto a la alimentación, el 100% de los entrevistados señala que con el actual salario percibido , sí les permite afrontar el costo de la canasta del consumo , que en la ciudad de Arequipa es de USD 385.00 , y las PYME textiles investigadas pagan alrededor de USD 450.00 mensuales.

Con respecto a las mejoras en el hogar, el 35% de los entrevistados señaló que sí pudo realizar mejoras en su hogar, en relación a la infraestructura, pero se debe indicar que realizaron dichas mejoras porque accedieron a préstamos bancarios, los cuales fueron factibles porque su condición laboral era estable, según la evaluación financiera que realizan las instituciones bancarias.

Con respecto a la compra de bienes para el hogar, el 100% de entrevistados indicó que si pudieron realizar compras de artefactos, con el sueldo percibido de las PYME textiles, la estabilidad laboral les permite acceder a préstamos bancarios o utilizar tarjetas de crédito, y cumplir con los pagos correspondientes.

Con respecto a la tercera hipótesis específica, que planteaba que se obtuvo beneficios en la PYME en los aspectos de ingresos, beneficios y mejora de gestión productiva así como aumento en inversión de activos y generación de empleo.

Los volúmenes físicos de ventas de los PYME textiles, luego de la certificación, aumentaron en 400%, según las entrevistas realizadas, y verificadas para la investigación a través de los estados financieros, que no pueden ser publicados en la presente investigación; el resultado muestra que la certificación del plan BPCJ, sí tuvo un efecto económico representativo, porque las actividades comerciales se incrementaron por su participación activa en actividades comerciales orientadas a productores con certificación de comercio justo, promovidas por la entidad gubernamental PROMPERU.

Con respecto a los beneficios, los resultados obtenidos demuestran que las PYME textiles certificadas están obteniendo de 10 %a 15% de margen de utilidad, es una margen alto para el promedio que arrojan las empresas textiles de la región, incluso las consideradas grandes y medianas; para verificar dicha información también se recurrió a revisar los estados financieros de las PYME entrevistadas, y en promedio, sí

muestran lo indicado por los entrevistados, situación que muestra que una buena gestión y el valor agregado de sus producto y la certificación en comercio justo, genera rendimientos económicos interesantes en este sector industrial.

Con respecto a la gestión del negocio, específicamente la parte productiva, el 100% de los entrevistados señaló que las capacitaciones les brindaron las herramientas gerenciales necesarias para volver más eficientes los diferentes procesos de producción con las que cuentan sus respectivas PYME, se verificó que las capacitaciones mencionadas, brindadas durante el plan BPCJ, abarcan aspectos administrativos, logísticos comerciales y financieros, todos los temas necesarios para mejorar el desempeño de cualquier empresa.

Con respecto a los contactos y realización de contratos comerciales, dos indicadores relevantes para una empresa de exportación, específicamente para el área comercial, los propietarios entrevistados, señalaron que los contactos realizados con los clientes potenciales, aumentaron en 550% en promedio, este registro es verificado a través de reportes que realizan después de su participación en ferias internacionales, que luego son presentadas a PROMPERU, por lo tanto se pudo verificar los resultados brindados, los contactos comerciales realizados deben tener un tratamiento especial, en el proceso de seguimiento comercial, ya que los se puede obtener nuevos pedidos, en mercados consolidados o nuevos; respecto a la realización de contratos , como consecuencia de su buena labor con los contactos comerciales, aumentaron en promedio en 300% en las PYME textiles con certificación, este aumento se verificó, comparando el número de clientes a través de contratos comerciales realizados , antes de la realización de la capacitación, con los datos actualizados de su cartera de clientes.

Con respecto a la generación de empleo, como se vio en los resultados, por las características del negocio, se contrata más personal en temporada de producción, éste personal es de contrato a plazo fijo, y en promedio las PYME aumentan su planilla en 900%, además se identificó que del total de la planilla sólo el 15 % trabaja permanentemente; ésta situación es común en las empresas textiles de la región Arequipa, ya que es una industria que trabaja principalmente con órdenes de producción, que realizan sus clientes las temporadas de verano e invierno, principalmente.

Con respecto a la cuarta hipótesis específica, que planteaba el cambio positivo en el capital social y la generación de empleo en la comunidad, se confirmó con los representantes de la entidades de PROMPERU y del gobierno regional, que los fondos utilizados para el desarrollo del plan no forman parte del gasto corriente del presupuesto asignado a dichas entidades, todos los fondos usados provienen de entidades privadas. PROMPERU se encargó de la planificación, organización e implementación con el apoyo de dichas entidades y el gobierno regional sólo apoyó financieramente canalizando fondos de donaciones internacionales.

En relación a la generación de empleo ambas instituciones no tienen recopilación de los datos respectivos, no hay interés en obtenerla, especialmente el gobierno regional, que debería buscar la mejora continua de los proyectos realizados con los fondos brindados al plan BPCJ; el representante del gobierno regional agregó que la falta de una oficina especializada en el comercio justo limita el interés en realizar dichos estudios y el marco legal, tampoco existente, no exige dicho estudio.

Finalmente, con respecto a la hipótesis general que planteaba que la participación de las PYME orientadas al sector textil inscritas en el Plan de Buenas Prácticas en el Comercio Justo, obtuvieron resultados positivos en los aspectos económicos, sociales, empresariales y comunitarios, se puede afirmar que sí hubo progresos en general, pero con limitaciones, estas limitaciones se basan en la falta de objetivos institucionales de los organizadores.

Con respecto al objetivo que planteaba desarrollar la propuesta de mejora sobre el plan de implementación del comercio justo en las PYME orientadas al sector textil, ante las limitaciones encontradas en la realización del plan de BPCJ, se planteó la creación de un marco legal e institucional a nivel de región, a través de un acuerdo regional, el cual permitiría obtener fondos públicos, que formen parte del presupuesto anual del gobierno regional, para justificar la creación se propuso ampliar las actividades del plan BPCJ a otros sectores productivos, que sean sostenibles a largo plazo, los elegidos fueron productos del sector agroindustrial , específicamente los denominados súper alimentos , y el sector de productores de fibra de camélidos sudamericanos; si se incluye estos nuevos sectores, en un inicio, se puede ampliar las actividades del plan BPCJ y justificar el presupuesto asignado.

Con el aseguramiento de un presupuesto, que forme parte del gasto corriente, el gobierno regional se verá forzado a realizar estudios que justifiquen su labor, con lo cual se obtendría retroalimentación que ayudaría a mejorar la labor con los participantes del plan BPCJ.

La creación del marco legal permitirá abrir una oficina de comercio justo, como parte de la estructura del gobierno regional de Arequipa, el cual puede utilizar la experiencia del plan BPCJ y aplicarlos en otras regiones u en otros sectores productivos, como los propuestos en el capítulo correspondiente en la investigación.

Para complementar la investigación se debe recalcar que el diseño de investigación fue solamente cuantitativo, por la limitación en el acceso y exposición de la información financiera y operativa de las PYME participantes, los propietarios solicitaron discreción en el manejo de la información, por eso el diseño sólo propone indicadores a partir de las respuestas brindadas por los entrevistados y no se puede mostrar datos estadísticos de los ingresos, volúmenes de venta, pago de salarios y demás información, que pudo darle una visión cuantitativa a la presente investigación, se debe señalar que las respuestas brindadas por los entrevistados, fue corroborada por el investigador, revisando los documentos internos de las empresas participantes, sólo para comprobar la información proporcionada.

Como conclusión final, se debe señalar que la presente investigación brinda información sobre un caso de aplicación de comercio justo, en empresas, específicamente pequeña y micro empresa, la disponibilidad de esta información permitirá conocer casos de éxito, y su posible aplicación a diferentes regiones, con realidades similares, o sectores industriales empobrecidos que busquen una alternativa para salir a nuevos mercados en los cuales sus productos sean valorados.

8. Bibliografía

- Arequipa, G. R. (2018). *Gobierno Regional de Arequipa*. Recuperado el 11 de 11 de 2018, de Gobierno Regional de Arequipa:
<http://regionarequipa.gob.pe/AboutUs>
- Arequipa, G. R. (s.f.). *Gobierno Regional de Arequipa*. Recuperado el 11 de 11 de 2018, de Gobierno Regional de Arequipa:
<http://regionarequipa.gob.pe/AboutUs>
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.). *Banco Central de Reserva del Perú*. Recuperado el 3 de 1 de 2018, de Banco Central de Reserva del Perú:
<http://www.bcrp.gob.pe/>
- Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina. (s.f.). *CAF*. Recuperado el Julio de 2018, de CAF-Banco Interamericano de Desarrollo de América Latina:
<https://www.caf.com/>
- Brossard del Rosario, F. (s.f.). Capacidad Operativa del Gobierno Local para la Promoción del Comercio Justo y la Incorporación de Beneficiarios en los Planes de Desarrollo de la Municipalidad Provincial de Sullana. *Tesis de pregrado*.
- *Comercio Justo Bueno Para Todos*. (s.f.). Recuperado el 18 de 1 de 2015, de <http://www.comerciojusto.cl/>.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (s.f.). *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo*. Recuperado el Julio de 2018, de PROMPERÚ: www.promperu.gob.pe

- Coordinadora Estatal de Comercio Justo . (s.f.). *Coordinadora Estatal de Comercio Justo* . Recuperado el 08 de 2017, de Coordinadora Estatal de Comercio Justo : www.comerciojusto.org
- Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo. (12 de 2017). *CLAC-Comerccio Justo*. Obtenido de CLAC: <http://clac-comerciojusto.org/>
- Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Peru. (s.f.). *Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Peru*. Recuperado el 08 de 2017, de Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Peru: comerciojusto.pe
- Corporación Andina de Fomento. (julio de 2016). *Banco de Desarrollo de América latina*. (C. A. Fomento, Ed.) Obtenido de Banco de Desarrollo de América latina: scioteca.caf.com
- Cotera Fretel, A. *Comercio Justo Sur-Sur: Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. (G. R. Perú, Ed.) Lima, Perú.
- Fairtrade Labelling Organizations International,FLO. (s.f.). *Fairtrade International*. Recuperado el 08 de 2017, de Fairtrade International: fairtrade.net
- *Fairtrade Labelling Organizations International*. (s.f.). Recuperado el 19 de 01 de 2015, de <http://www.fairtrade.net/>.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.

- Hulme, D. (2000). Impact Assessment Methodologies for Micro[®]nance: Theory, Experience and Better Practice. *Impact Assessment Methodologies for Micro[®]nance: Theory, Experience and Better Practice* , 28 (1), págs. 79-98.
- Lacalle, M., & Rico, S. (2007). *Evaluación del Impacto de los Programas de Microcréditos: Una Introducción a la Metodología Científica*. Madrid: Foro Nantik Lum de Microfinanzas. Cuadernos Monográficos, No 9.
- Municipalidad Provincial de Arequipa. (s.f.). *Municipalidad Provicncial de Arequipa*. Recuperado el 01 de 2108, de Municipalidad Provincial de Arequipa: <http://www.muniarequipa.gob.pe/>
- Sanhueza Martinez, P., & Rodriguez Rodriguez, I. (2011). Comercio Justo e Impacto en los Microproductores:Propuesta Metodológica para su Medición. *Revista Lider* , 19, 57-70.
- Socias Salvá, A., & Doblas, N. (01 de 2006). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* , 20.
- *World Fair Trade Organization Latin America*. (s.f.). Recuperado el 08 de 02 de 2015, de <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

9. Anexos

Anexo Nº 1: Lista de PYME inscritas en el plan BPCJ

Nro	Empresa	Ciudad	Web	Mayo 2009 - Abril 2011	Estado en el programa
1	ART ATLAS S.R.L.	Arequipa	www.artatlasperu.com	x	Certificó
2	ARTESANIAS TEXTIL YANAPAC S.A.C.	Arequipa	s/p	x	Se retiró
3	CALICAMPO S.A.C.	Arequipa	www.calicampo.com	x	Certificó
4	DALIS MAKY E.I.R.L.	Arequipa	s/p	x	Terminó Programa
5	HEBRAS PERU S.R.L.	Arequipa	s/p	x	Se retiró
6	INDUSTRIA LANERA NEVADO S.R.L	Arequipa	s/p	x	Certificó / Perdió Certificación
7	KOLLALPACA S.A.C.	Arequipa	www.lanart.net	x	Se retiró
8	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Arequipa	www.sumacmaqui.net	x	Auditada Sin Certificar
9	TEJIDOS Y CONFECCIONES ALPASURI E.I.R.L.	Arequipa	s/p	x	Terminó Programa
10	TEXTIL VISO S.A.C	Arequipa	www.textilviso.com	x	Certificó
11	TIKSY S.A.C.	Arequipa	www.tiksy.org	x	Terminó Programa
12	WARY ALPAQP E.I.R.L.	Arequipa	www.waryalpaqp.com	x	Terminó Programa
13	ASOCIACION CIVIL DE MUJERES ARTESANAS CABUYA	Ayacucho	s/p	x	Se retiró
14	ASOCIACION DE MUJERES MANOS UNIDAS	Ayacucho	http://asocmanosunidas. wix.com/manosunidas#la bout	x	Terminó Programa

15	EMPRESA ARTE TEXTIL FORTALEZA S.A.C.	Ayacucho	www.textilfortaleza.com/	x	Terminó Programa
16	EMPRESA ARTESANAL VIRGEN DE ASUNCION E.I.R.L.	Ayacucho	s/p	x	Terminó Programa
17	FERNANDEZ QUISPE CIPRIAN HERMINIO (LLAPAN MAQUI)	Ayacucho	s/p	x	Terminó Programa
18	GALLARDO RAMOS NANCY (ARTE - TEXTIL GALLARDO)	Ayacucho	s/p	x	Terminó Programa
19	HILOS Y COLORES E.I.R.L.	Ayacucho	http://hilosycolores.com/	x	Terminó Programa
20	LAURA SOLORZANO WALTER	Ayacucho	s/p	x	Terminó Programa
21	PALOMINO TORRES MACEDONIO EDUARDO (WARI URPI)	Ayacucho	www.textileswariurpi.com	x	Terminó Programa
22	REYES CARRASCO DOMITILA (ALLIN MAKI HUANTAPI)	Ayacucho	s/p	x	Terminó Programa
23	TEXTIL FLORES DEL ANDE S.A.C.	Ayacucho	s/p	x	Terminó Programa
24	SUMAQ QARA E.I.R.L.	Ayacucho	www.sumaqqara.com	x	Se retiró
25	COMPAÑÍA PERUANA NACIONAL TEXTIL S.A.C.	Junín	s/p	x	Auditada Sin Certificar
26	INTEGRACION DE ARTESANOS PRODUCTORES AHUACC MAKI S.R.L.	Junín	s/p	x	Se retiró
27	LAZARO ESPINOZA PEDRO ESTEBAN	Junín	s/p	x	Se retiró
28	MAITA BELTRAN LUZ ELVIRA (Artisan Collection)	Junín	http://artisanscollectionperu.com/	x	Auditada Sin Certificar

29	MANTARI SWEATER S.A.C.	Junín	http://www.mantariknits.com/wsite/	x	Certificó
30	PERUVIAN HANDCRAFT S.A.C.	Junín	www.peruvian-handicraft.com	x	Se retiró
31	ROJAS REMUZGO MARILYN BENITA (Textiles Lauros)	Junín	http://laurostextil.blogspot.com/	x	Se retiró
32	TEJIDOS Y CONFECCIONES SABRITEX E.I.R.L.	Junín	-	x	Terminó Programa
33	TEXTILES EL PROGRESO S.R.L.	Junín	http://textileselprogreso.com/	x	Terminó Programa
34	ANARDO & SKYUM S.A.C.	Lima	http://aynidesignlab.com/	x	Terminó Programa
35	ASOCIACION ACONSUR ASESORIA CONSULTORIA Y NEGOCIOS	Lima	s/p	x	Terminó Programa
36	CIA INDUSTRIAL CONTINENTAL S.R.L.	Lima	www.cicontinental.com/empresa.html	x	Terminó Programa
37	CORPORACION BRASHIKA S.A.C.	Lima	s/p	x	Se retiró
38	CORPORACION FRAMA'Z S.A.C.	Lima	s/p	x	Terminó Programa
39	CREACIONES MAXIL'S S.R.L.	Lima	s/p	x	Auditada Sin Certificar
40	CREART MOD PERU S.R.L.	Lima	www.creartmodperu.com	x	Terminó Programa
41	ECO VALLEY WILDLIFE S.A.C.	Lima	www.qaytu.com	x	Terminó Programa
42	FASHION LINE S.R.L	Lima	s/p	x	Terminó Programa
43	FELIPA GIURA PERCY TAKAMI (FELCORP)	Lima	s/p	x	Terminó Programa
44	FORBER EXPORT CORPORATION S.A.C.	Lima	s/p	x	Terminó Programa
45	GRADISA S.A.C.	Lima	s/p	x	Terminó Programa

46	GUZMAN DE MENDIBURU ROSA MARIA CECILIA (CARALÉ HECHO A MANO)	Lima	s/p	x	Terminó Programa
47	INCAGREAT KNITS S.A.C.	Lima	s/p	x	Terminó Programa
48	INTINELLAS S.A.C.	Lima	s/p	x	Terminó Programa
49	MADUENO RAMIREZ YLDESABET VETILMA	Lima	s/p	x	Terminó Programa
50	MANUFACTURAS CHRISTCI S.R.L.	Lima	s/p	x	Terminó Programa
51	MEXTHON S.A.C	Lima	www.mexthon.com	x	Certificó / Perdió Certificación
52	NEW EXPO S.A.C.	Lima	www.new-expo.com	x	Terminó Programa
53	RAYMISA S.A.	Lima	http://www.raymisa.com/	x	Certificó
54	ROYAL KNIT S.A.C.	Lima	www.rkperu.com	x	Certificó / Perdió Certificación
55	SILVIA UNIFORMES S.A.C.	Lima	www.silviauniformes.com. pe	x	Certificó / Perdió Certificación
56	SURITEX S.A.C.	Lima	www.suritexperu.com	x	Terminó Programa
57	CREACIONES ANDES FASHION S.C.R.L.	Puno	s/p	x	Terminó Programa
58	PIMENTEL ARAGON MIGUEL ANGEL	Puno	s/p	x	Se retiró
59	ZAPATA VILCA ALCIDES LUIS	Puno	s/p	x	Terminó Programa
60	ARTESANIAS ALPAZURY S.C.R.L.	Puno	http://alpazury.com/spani sh/home.php	x	Terminó Programa
61	ARTESANIAS LOS NEVADITOS S.R.L.	Puno	s/p	x	Se retiró
62	SUMAC PERU S.R.L.	Puno	s/p	x	Terminó Programa

63	ARTESANIAS TITICACA S.R.L.	Puno	s/p	x	Terminó Programa
64	Cooperativa de Servicios Especiales Alpaqueras de Pinaya COOSESPI	Puno	s/p	x	Terminó Programa
65	INVERSIONES TEXTIL ARTESANALES E.I.R.L.	Puno	www.intexaperu.com	x	Se retiró
66	MICRO EMPRESA ARTESANIAS EL TUMI S.C.R.L.	Puno	www.tumimanoarte.com	x	Terminó Programa
67	RUWAQMAKI PACHAMAMA E.I.R.L.	Puno	http://ruwaqmakipachama.blogspot.com/	x	Se retiró
68	TALLER ARTESANAL ALCRA PUCARA	Puno	www.alcrapukara.com	x	Terminó Programa
69	TEXTILES XULLACA E.I.R.L.	Puno	s/p	x	Se retiró
70	EXPORT KAMAQ MAKI DEL PERÚ S.R.L	Junín	www.kamaqmakiperu.com	x	Terminó Programa

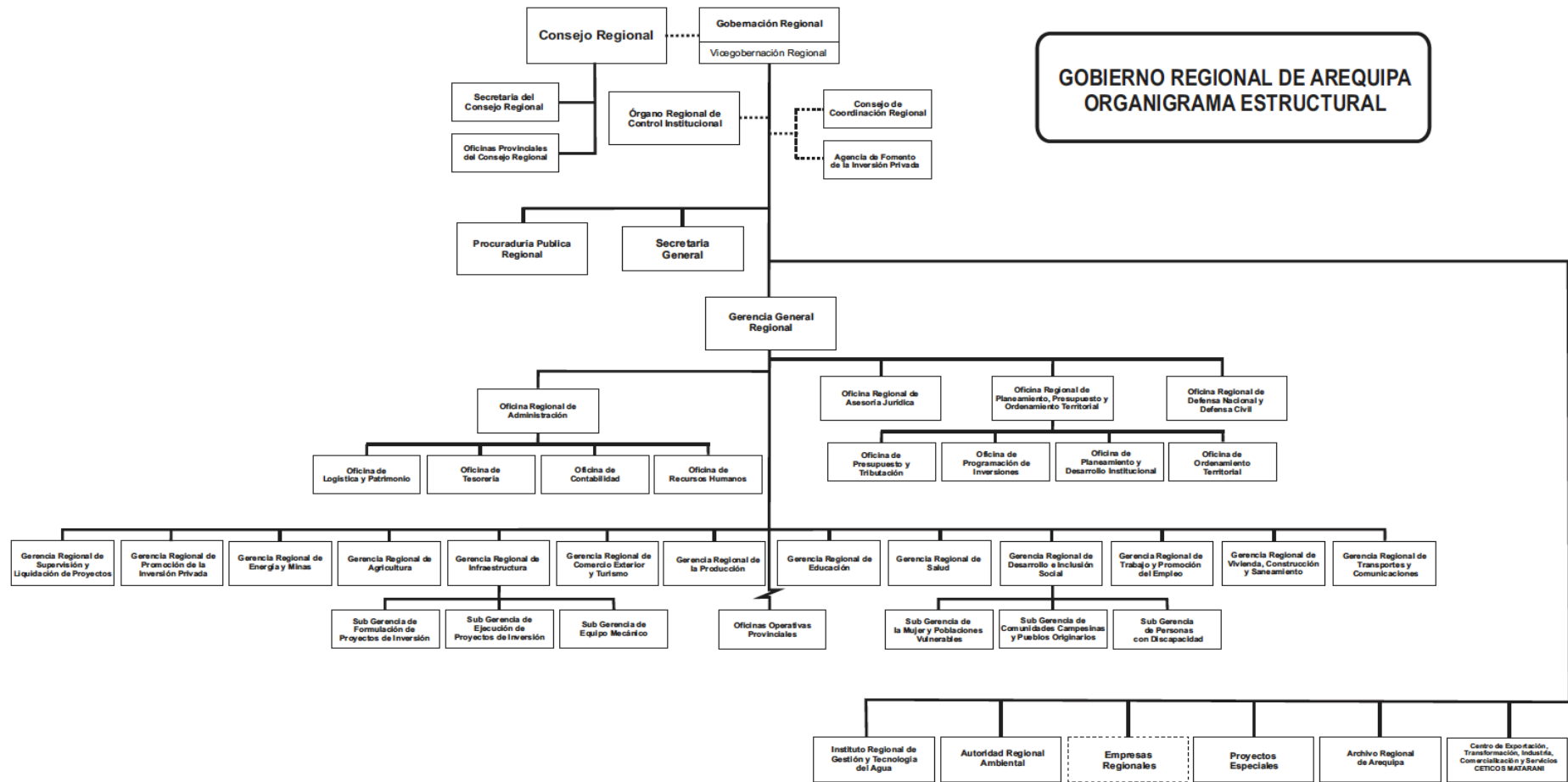
Anexo Nº 2 Cálculo del Salario Promedio Mensual de los Trabajadores de las PYME

Fuente: Elaboración Propia

Año	Salario Promedio Mensual en Dólares Americanos	Salario Promedio Mensual en Soles	Porcentaje de Variación(Año Base= Año Anterior) ²
2009	\$272.73	S/900.00	33.33%
2012	\$363.64	S/1,200.00	23.75%
2017	\$450.00	S/1,485.00	

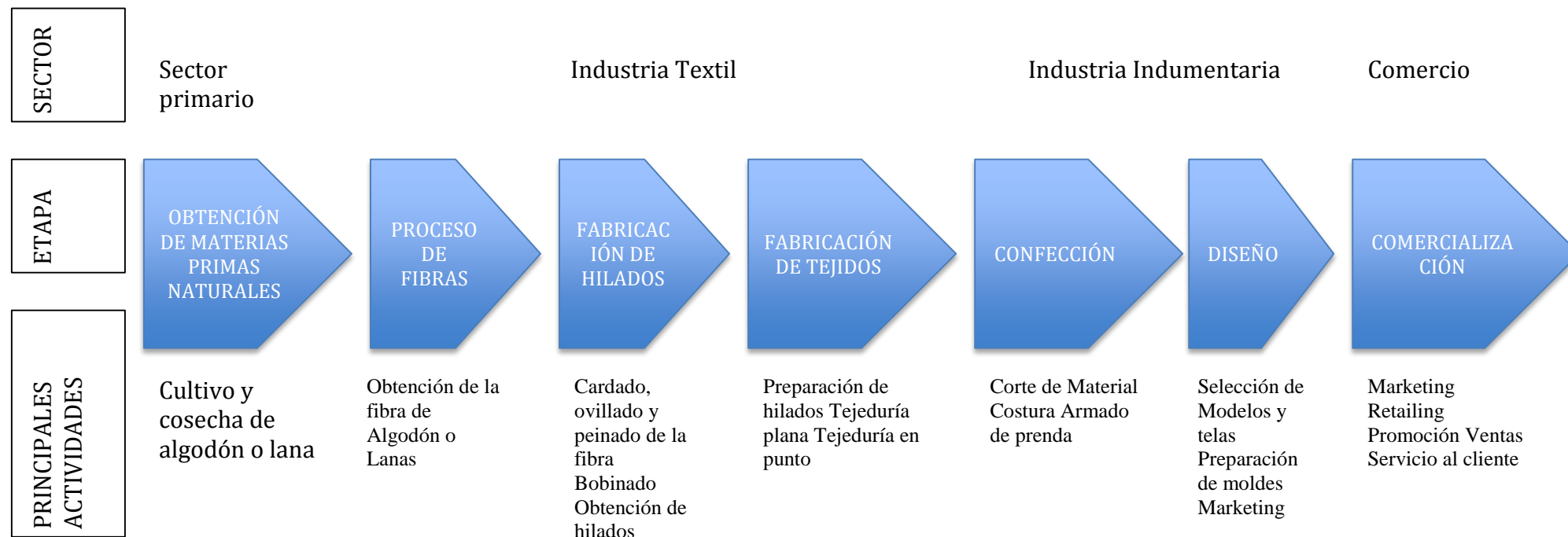
² Para el cálculo de tomo en cuenta la variación de la inflación que en promedio fue de 3% anual en la economía peruana desde el año 2007.

Anexo N° 3: Estructura del Gobierno Regional de Arequipa



Anexo N° 4: Cadena de Valor del Sector Textil

Fuente: Elaboración Propia



Anexo Nº5: Población de Camélidos por País Sudamericano

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Bolivia

	Alpaca	Llama	Vicuña	Guanaco
Argentina	1,000.00	161,402.00	127,072.00	500,000.00
Chile	28,551.00	50,132.00	15,553.00	27,150.00
Bolivia	416,952.00	2,398,572.00	61,000.00	1,000.00
Perú	3,036,181.00	1,104,000.00	161,450.00	3,810.00
Ecuador	6,685.00	10,356.00	2,455.00	-

Anexo Nº 6: Buenas Prácticas de Comercio Justo “Reglamento de Uso de Marca”

Uno de los objetivos era el desarrollo del Reglamento de marca Buenas Prácticas del Comercio Justo, el cual ha determinado que tienen que cumplir una micro o pequeña empresa para obtener la certificación, a continuación, se profundizará algunos puntos del reglamento mencionado para determinar sobre que aspectos sociales y económicos busca incidir el programa para luego determinar si logro el objetivo.

Requisitos básicos

Para someterse al proceso de evaluación y ser eventualmente certificada, la empresa debe demostrar tener una estructura productiva y cumplir con cada uno de los siguientes requisitos mínimos:

1. La empresa debe contar con una estructura legal y productiva mínima:
 - La empresa debe estar legalmente constituida en los Registros Públicos, contar con RUC vigente y licencia municipal de funcionamiento.
 - La empresa debe contar con al menos un trabajador de planilla.
 - La empresa debe contar con el soporte informático necesarios y la suficiente estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail)
2. La empresa debe producir directamente:
 - La empresa debe realizar al menos una parte del proceso productivo;
 - La empresa debe alcanzar un nivel de ventas anuales no menor a US\$ 20,000.
3. La empresa no deberá mantener cuentas pendientes (económicas y/o documentarias) con PROMPERU, con respecto a actividades previamente desarrolladas.

La exigencia de los requisitos mencionados permitió a los encargados del programa a escoger a los participantes idóneos para la certificación, en el Perú la informalidad es un problema que afecta al sector manufactura ya que evitan la recaudación de impuestos, medición de la producción, supervisión de la autoridad laboral, supervisión

de la autoridad del medio ambiente, etc. Sólo empresas formales pueden acceder al programa y tales participantes deben cumplir con los criterios e indicadores establecidos por el programa para alcanzar la certificación.

Los criterios (o estándares) identificados son diez (10).

- Creación de oportunidades para las partes interesadas
Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben involucrarse y comprometerse con las partes interesadas (sus trabajadores, proveedores y la comunidad entera) para que pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social.
- Transparencia interna y externa
Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben garantizar la máxima transparencia en sus transacciones económicas, laborales y comerciales, tanto con respecto a las partes interesadas (trabajadores, socios, proveedores) así como con sus clientes. Para tal efecto, se comprometen con la gestión comercial transparente y facilitan la participación de los trabajadores en sus procesos de decisión internos.
- Prácticas comerciales
Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben comprometerse a establecer relaciones comerciales de largo plazo con sus trabajadores y proveedores, formalizando sus acuerdos comerciales y cumpliendo con ellos.
- Desarrollo de habilidades
Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben comprometerse con el mejoramiento de las capacidades de sus trabajadores y proveedores, a través de la información, formación y capacitación.
- Promoción del Comercio Justo
Las empresas que acceden al sistema BPCJ apuestan a la promoción de las buenas prácticas del comercio justo tanto entre sus trabajadores, su entorno comercial, como hacia la comunidad, la sociedad civil y la opinión pública entera.
- Pago del precio justo

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben comprometerse en establecer un precio para los productos adquiridos de sus proveedores que permita a éstos el cubrir sus costos de producción y a la vez obtener una ganancia adecuada. Respecto a sus trabajadores, la remuneración debe definirse de tal forma que pueda garantizar a los mismos la cobertura de sus necesidades básicas; de preferencia mantener relaciones contractuales formalizadas (planilla) al trabajo por destajo.

- Igualdad de trato

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben garantizar las mismas condiciones laborales a sus trabajadores, la paridad de trabajo y de capacidad, a pesar de las diferencias de género, edad, religión, pertenencia política y étnica. A la vez, las mismas empresas deben brindar a las mujeres el acceso a las mismas oportunidades que los hombres, reconociendo sus específicas y peculiares necesidades.

- Condiciones laborales

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben promover condiciones laborales seguras en su empresa como en los talleres de sus proveedores, respetando las leyes laborales nacionales e internacionales, concientizando a los trabajadores respecto estas prácticas a adoptar.

- Trabajo infantil

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben respetar lo establecido en las convenciones de la ONU y las normativas vigentes a nivel local de protección al trabajo infantil, garantizando a los menores el derecho a desarrollarse y conducir una vida plena y sana.

- Respeto al medio ambiente

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben preferir el uso de tecnologías productivas de bajo impacto ambiental, el uso de materias primas procedentes de fuentes renovables y trabajar para disminuir el impacto de su producción sobre el medio ambiente.

Para determinar si las pequeñas o medianas empresas cumplen con los criterios establecidos en el Programa, se desarrolló indicadores los cuales son los siguientes:

Indicadores

- Creación de oportunidades para las partes interesadas
 - La declaración de misión indica compromiso de trabajo para el desarrollo de la comunidad.
 - Nivel de implementación del plan de acción para la creación de oportunidades para la comunidad.
- Transparencia interna y externa
 - Se comunica a todas las partes interesadas la misión de la empresa.
 - Nivel de comunicación a todas las partes interesadas de los avances de la gestión de la empresa.
 - Está disponible la información sobre las políticas salariales.
 - Está disponible la información sobre los criterios de fijación de precios.
 - Existen instancias de participación de los trabajadores.
 - Existe un procedimiento de trazabilidad de producto en la empresa
 - Existe un listado de proveedores.
- Prácticas comerciales
 - La empresa formaliza con sus proveedores las órdenes de pedido.
 - La empresa cumple con los acuerdos de pagos en las fechas acordadas.
 - La empresa puede facilitar un adelanto sobre el valor acordado del pedido, si el proveedor lo solicita.
 - En caso de anulación de pedidos en proceso, por razones ajenas a la voluntad de ambas partes, la empresa acuerda con sus proveedores una compensación.
 - La empresa establece relaciones de largo plazo con sus proveedores.
 - Se hace divulgación correcta de la información técnica del producto.

- Desarrollo de habilidades
 - Nivel de implementación del Plan de Capacitación hacia los trabajadores
 - Nivel de implementación del plan de fortalecimiento de las relaciones con los proveedores de servicios.

- Promoción del Comercio Justo
 - Nivel de implementación del plan de capacitación sobre comercio justo al interior de la empresa.
 - Nivel de implementación del plan de divulgación hacia la comunidad sobre el comercio justo.

- Pago del precio justo
 - El trabajador asalariado percibe al menos el sueldo mínimo vital vigente.
 - El pago por unidad producida en un determinado tiempo, guarda relación con el sueldo mínimo vigente.
 - El precio del producto/servicio pagado al proveedor de servicios cubre al menos el costo de producción.

- Igualdad de trato
 - No existe diferencia salarial en razón de sexo, edad, religión, pertenencia política, etnia y/o condición social.
 - Existe posibilidad de acceso a servicios de capacitación sin discriminación.
 - Existen las mismas oportunidades de ascensos dentro de la empresa, sin discriminación.
 - Nivel de implementación del Plan de capacitación en liderazgo para las mujeres.

- Condiciones laborales

- Se promueven condiciones laborales seguras de acuerdo a las leyes locales y/o a las disposiciones internacionales.
- Se respetan los horarios de trabajo de acuerdo a la legislación vigente.
- Se pagan las horas de trabajo extraordinario según las normas vigentes.
- La empresa se encuentra al día en el pago de los beneficios sociales.

- Trabajo infantil
 - Los trabajadores menores de 18 años están permitidos sólo en el ámbito de una empresa familiar o por la existencia de un Convenio vigente de Aprendizaje, de Capacitación Laboral o de Pasantía conforme a la legislación vigente y únicamente con edad mínima de 14 años, garantizando el derecho a la educación, la recreación y la salud.

- Respeto al medio ambiente
 - Nivel de implementación del plan de gestión ecoeficiente del medioambiente.
 - Se prioriza el uso de materiales biodegradables/reciclables en los empaques.
 - Se prioriza el uso de materia prima natural/orgánica.
 - Se prioriza el uso de materia prima nacional.
 - Nivel de implementación del plan de promoción en temas de protección del medio ambiente en beneficio de la comunidad.

Anexo Nº 7 Guía de entrevistas a los dueños de las Mypes

1. Introducción

Buenos días/tardes/noches,

Mi nombre es Alfredo Díaz; .Estoy realizando una investigación sobre el impacto de el plan de BPCJ en las Mypes que recibieron la certificación en la provincia de Arequipa, para lo cual agradeceremos contar con su colaboración, dada su experiencia y conocimiento sobre el tema.

El propósito de la entrevista es conocer a mayor profundidad acerca del tema de los efectos de la certificación obtenida del plan de BPCJ en su organización en lo concerniente a su bienestar, autoestima, logros micro empresariales.

Para mi persona, es importante conocer su opinión ya que consideramos que es una persona clave en el proceso administrativo de su organización y tiene información relevante para nuestra investigación ya que formo parte del proceso de capacitación y certificación .

Antes de iniciar la entrevista quisiera que me confirme su autorización para grabar esta entrevista y utilizar la información que nos proporcione para la investigación considerando que será de uso estrictamente académico de la información. Gracias desde ya por su tiempo y disposición.

2. Secuencia de preguntas y repreguntas

2.1. BPCJ

1. ¿Cómo surgió y se incentivó la idea de obtener el sello de BPCJ para su organización?
2. ¿Hace cuánto tiempo tiene la certificación de comercio justo?
3. ¿Cuáles son los pasos o requisitos que se deben cumplir para obtener la certificación?
4. ¿Se realizaron cambios en la organización para la implementación del comercio justo? ¿En qué magnitud?
5. ¿Qué dificultades enfrenta la organización para cumplir con los principios de comercio justo?
6. ¿Cuál(es) de los principios considera que son los más relevantes? ¿Por qué?

2.2 Beneficios del Comercio justo

Beneficios Individuales:

7. ¿Han crecido sus ingresos personales ? ¿En qué proporción?
8. ¿Han crecido sus ahorros personales? ¿En qué proporción?
9. ¿Siente que sus capacidades administrativas y de conocimiento han mejorado luego de recibir la capacitación sobre comercio justo?

Beneficios Micro empresarial

10. ¿Ha aumentado el volumen de ventas? ¿En qué proporción?
11. ¿Existe una mejorar en la gestión productiva?
12. ¿Ha aumentado los contactos comerciales luego de su participación en el plan BPCJ?
13. ¿Ha aumentado la cantidad de contratos realizados luego de su participación en el plan BPCJ??
14. ¿Podría indicar el margen de ganancia de su empresa, luego de su participación en el plan BPCJ?
15. ¿Cuántos trabajadores con contrato a plazo fijo y temporal tiene su empresa?
16. ¿Ha aumentado el número de trabajadores?
17. ¿Ha adquirido o ampliado el local de producción?
18. ¿Ha aumentado la inversión en activos fijos?

2. 3 Beneficios relacionados con la Autoestima

19. ¿Ha participado en la reuniones que realiza el gobierno local donde se tratan temas relacionados a sus sector empresarial?
20. ¿Ha recibido algún reconocimiento de parte del gobierno local por su participación en el proyecto de BPCJ?

3. Cierre de la entrevista

Hemos culminado con la entrevista de la investigación. Creemos que es información importante y necesaria para nuestra investigación.

Luego de recopilar todos los datos y analicemos la información, se obtendrán los resultados del caso y estaremos brindándoles para su conocimiento. (de ser el caso)

Muchas gracias por su cooperación y participación.

Anexo Nº 8: Guía de entrevistas a los trabajadores

1. Introducción

Buenos días/tardes/noches,

Mi nombre es Alfredo Díaz. Estoy realizando una investigación sobre el impacto de el plan de BPCJ en las PYME que recibieron la certificación de comercio justo en la provincia de Arequipa, para lo cual agradeceremos contar con su colaboración, dada su experiencia y conocimiento sobre el tema.

El propósito de la entrevista es conocer a mayor profundidad acerca del tema de los efectos de la certificación obtenida del plan de BPCJ en la empresa que labora en lo concerniente a su bienestar, autoestima, logros personales.

Para mi persona, es importante conocer su opinión ya que consideramos que es una persona clave en el proceso operativo de su organización y tiene información relevante para nuestra investigación.

Antes de iniciar la entrevista quisiera que me confirme su autorización para grabar esta entrevista y utilizar la información que nos proporcione para la investigación considerando que será de uso estrictamente académico de la información. Gracias desde ya por su tiempo y disposición.

2. Instrucciones

Agradeceré mucho que nos proporcione sus respuestas con el mayor detalle posible.

3. Secuencia de preguntas y repreguntas

3.1. Aspectos generales

1. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando en la actual Mype?
2. ¿Qué procesos realiza el taller?
3. ¿Con qué frecuencia recibe sus pagos?

Beneficios Individuales

4. ¿Han crecido sus ingresos personales? ¿En qué proporción?
5. ¿Han crecido sus ahorros personales? ¿En qué proporción?
6. ¿Percibe que sus capacidades ya sean operativas o de conocimiento se han incrementado luego de recibir la capacitación relacionada al comercio justo? ¿Por qué?

Beneficios Sociales

7. ¿Su actual puesto le ha permitido brindar una educación a sus hijos? ¿Qué grado educativo tienen actualmente?
8. ¿Su actual puesto le ha permitido acceder a seguro social?
9. ¿Su actual puesto le ha permitido sustentar económicamente a su familia?
10. ¿Su actual puesto le ha permitido adquirir bienes para el hogar?
11. ¿Su actual puesto le ha permitido mejorar o construir nuevas instalaciones en su vivienda?

Anexo Nº 9: Guía de entrevista a representantes de PROMPERU y

Gobierno Regional de Arequipa

1. Introducción

Buenos días/tardes/noches,

Mi nombre es Alfredo Díaz; .Estoy realizando una investigación sobre el impacto de el plan de BPCJ en las PYME que recibieron la certificación en la provincia de Arequipa, para lo cual agradeceremos contar con su colaboración, dada su experiencia y conocimiento sobre el tema.

El propósito de la entrevista es conocer a mayor profundidad acerca del tema de los efectos de la certificación obtenida del plan de BPCJ en la región de Arequipa desde la perspectiva de la Oficina Gubernamental que Usted representa, específicamente los temas de financiación, generación de empleo y capital social.

Para mi persona, es importante conocer su opinión ya que consideramos que es una persona clave en el proceso administrativo de su organización y tiene información relevante para nuestra investigación ya que formo parte del proceso de capacitación y certificación .

Antes de iniciar la entrevista quisiera que me confirme su autorización para grabar esta entrevista y utilizar la información que nos proporcione para la investigación considerando que será de uso estrictamente académico de la información. Gracias desde ya por su tiempo y disposición.

2. Secuencia de preguntas y repreguntas

2.1. BPCJ

1. ¿Cuál es su actual puesto laboral en la entidad del Estado?
2. ¿Qué papel desempeño en los años que se realizó el plan BPCJ?

2.2 Beneficios del Comercio justo

Beneficios Comunitarios

3. ¿Conoce cual fue el monto destinado a la implementación y realización del plan BPCJ ?
4. ¿Los fondos utilizados forman parte de los gastos corrientes de su

entidad?

5. ¿La información presupuestal del plan BPCJ es privada?
6. ¿Existe información sobre los efectos del plan BPCJ a nivel económico y social de las PYME participantes?
7. ¿Existe información sobre los efectos del plan BPCJ a nivel económico y social de los trabajadores de las PYME participantes?
8. ¿Existe información sobre los efectos del plan BPCJ en las empresas relacionadas indirectamente con las PYME participantes? ¿Y sobre las que completan la cadena de valor del sector industrial?
9. ¿Existe información de la población beneficiada directa o indirectamente con el plan BPCJ, desde la perspectiva de generación de empleo?

Cierre de la entrevista

Hemos culminado con la entrevista de la investigación. Creemos que es información importante y necesaria para nuestra investigación.

Luego de recopilar todos los datos y analicemos la información, se obtendrán los resultados del caso y estaremos brindándoles para su conocimiento. (de ser el caso)

Muchas gracias por su cooperación y participación.

Anexo N° 10: Lista de Entrevistados

Nro	Nombre y Apellidos	Razón Social	Cargo
1	Jorge Luis Castillo Valencia	ART ATLAS S.R.L.	Gerente
2	Maria Natividad Sucasaca Torres	ART ATLAS S.R.L.	Operario
3	Paula Ramos Alvarez	ART ATLAS S.R.L.	Operario
4	Jeanette Andia Delgado	ART ATLAS S.R.L.	Operario
5	Judhy Gonzales Aza	ART ATLAS S.R.L.	Operario
6	Luisa Carmen Samtos Ortiz	ART ATLAS S.R.L.	Operario
7	Griselda Valdivia de Rendón	ART ATLAS S.R.L.	Operario
8	Claudia Anita Gutierrez Postigo	ART ATLAS S.R.L.	Operario
9	Jose Edgar Nona Ramos	ART ATLAS S.R.L.	Operario
10	Eustaquio Choque Coila	ART ATLAS S.R.L.	Operario
11	Andrea Paz Murillo	CALICAMPO S.A.C.	Gerente de Producción
12	Yolanda Marcene Apaza de Arias	CALICAMPO S.A.C.	Operario
13	Sabina Mamani Muñoz	CALICAMPO S.A.C.	Operario

14	Lidia Quispe Velasquez	CALICAMPO S.A.C.	Operario
15	Aldo Rodriguez Pozo	TEXTIL VISO S.A.C	Gerente
16	Gladys Gloria Torres Condori	TEXTIL VISO S.A.C	Operario
17	Marcelina Calcina Calcina	TEXTIL VISO S.A.C	Operario
18	Carlos Parillo Tisnado	TEXTIL VISO S.A.C	Operario
19	Hipolito Saavedra Veza	TEXTIL VISO S.A.C	Operario
20	Juana Cansaya Castellanos	QILLIY S.R.L.	Gerente
21	Luz Marina Luna Bermejo	QILLIY S.R.L.	Operario
22	Eugenio Velasquez Rojas	QILLIY S.R.L.	Operario
23	Justo Pastor Yucra Coila	QILLIY S.R.L.	Operario
24	Elizabeth Málaga Flores	NYM'S E.I.R.L.	Gerente
25	Hermenegilda Cornejo Cornejo	NYM'S E.I.R.L.	Operario
26	Edgar Huamani Chicaña	NYM'S E.I.R.L.	Operario
27	Demetrio Machaca Lima	NYM'S E.I.R.L.	Operario
28	Lucia Choquehuanca Miranda	NYM'S E.I.R.L.	Operario
29	Mirian Llaza	NYM'S E.I.R.L.	Operario
30	Bernarda Quispe Aguilar	NYM'S E.I.R.L.	Operario

31	Lourdes Flores Vilca	NYM'S E.I.R.L.	Operario
32	Elias Cayllahua	NYM'S E.I.R.L.	Operario
33	Maria Cuela Supo	NYM'S E.I.R.L.	Operario
34	Egilda Choque	NYM'S E.I.R.L.	Operario
35	Judith Moran	NYM'S E.I.R.L.	Operario
36	Marleny QuijahumánYana	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Presidente
37	Fabien Torres Yucra	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
38	Domingo Castro Oré	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
39	Zarela Esquivias	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
40	Dennis Rodriguez	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
41	Jenny Suarez	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
42	Celia Yucra	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
43	Martha Collantes	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
44	Edgar Huamani	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
45	Zacarias Quispe	ASOCIACIÓN DE ARTESANAS ORKO KRAFT	Operario
46	Nelly Puertas Gallegos	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	Gerente
47	Delfina Tara Quispe	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	Operario

48	Cristina Arce Pinto	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	Operario
49	Cornelia Macedo	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	Operario
50	Ruffo Salinas	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	Operario
51	Adriana Perez	CONFECCIONES LY E.I.R.L.	Operario
52	Griselia Romero Alavarez	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Gerente de Producción
53	Benancia Luana	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
54	Vilma Huaracc	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
55	Manuel Diaz	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
56	Maria Ochoa	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
57	Santos Escobedo	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
58	Alvaro Uria	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
59	Luis Zuñiga	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
60	Saturnina Zegarra	SUMAC MAQUI ARTESANIAS E.I.R.L.	Operario
61	Juan Pacori Mamani	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	Gerente
62	Luis Veliz	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	Operario
63	Demetrio machaca	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	Operario
64	Flora Sucari	INDUSTRIAL LANERA NEVADO S.R.L.	Operario

65	Abigail Vera Barrueto	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	Gerente
66	Henry Serna	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	Operario
67	Sabino Calcina	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	Operario
68	Henry Vela Vera	VELA VERA E.I.R.L.	Gerente
69	Edwin Seriva	VELA VERA E.I.R.L.	Operario
70	Susana Sardi	VELA VERA E.I.R.L.	Operario
71	Victor Sagua	VELA VERA E.I.R.L.	Operario
72	Fernando Corrales	MILLA & QAYTU EIRL	Gerente
73	Camila Ninataya	MILLA & QAYTU EIRL	Operario
74	Victoria Quispe	MILLA & QAYTU EIRL	Operario
75	Erika Muñoz	BRISAN	Gerente
76	Luis Rodriguez	BRISAN	Operario
77	Juan Alvarez	BRISAN	Operario
78	Luisa Ortiz	BRISAN	Operario
79	Cecilia Cuadros	RUNAKAY	Gerente
80	Moises Mendoza	RUNAKAY	Operario
81	Alvaro barral	RUNAKAY	Operario

82	Dominga Castro	RUNAKAY	Operario
83	Sonia Cateriano	RUNAKAY	Operario
84	Sthepany Tovalino	PROMPERU	Representante de la Oficina de Comercio Sostenible a nivel Nacional
85	Caridad Maldonado Adanaque	Gobierno Regional Arequipa, Oficina Descentralizada PROMPERU	Representante del Gobierno Regional

Anexo Nº 11: Texto de las Entrevistas Realizadas a los Propietarios de las PYME

1. Entrevista a Jorge Luis Castillo Valencia; Gerente de Art Atlas.

Respuesta Pregunta 1: Art Atlas es una empresa con 12 años de antigüedad y que actualmente exporta un promedio de 12 000 mil prendas mensuales , empezó como una empresa familiar luego incrementó personal hasta llegar a generar trabajo para más de 500 familias, acerca del plan BPCJ, somos una empresa que se dirige al mercado Americano y Europa principalmente, y como estrategia de marketing buscamos una alternativa que nos diferencie de la competencia y eso nos ofrecía el sello de comercio justo, por su puesto que también nos incluimos ya que fuimos evaluados por PROMPERU.

Respuesta pregunta 2: en el 2012.

Respuesta pregunta 3: Ahorita no tengo el detalle en mente, pero PROMPERU, nos brindó un manual en el cual, sino me equivoco se encuentran los principios del fairtrade.

Respuesta pregunta 4: Sí , la magnitud? Los cambios más relevantes fueron en la organización, formalización de documentación e infraestructura.

Respuesta pregunta 5: para esa época ya tuvimos que realizar cambios en nuestra forma de trabajo por la exigencia de nuevos clientes en el mercado americano, pero con las exigencias del fairtrade se hizo mas formal los cambios especialmente en el trato con los trabajadores y la promoción de nuestro compromiso con fairtrade con los clientes.

Respuesta pregunta 6: Como gerente , me fijo en los precios, los cuales deben cumplir con el pago justo a trabajadores, se debe tener claro los costos de producción de cada modelo.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Bueno puedo afirmar que sí , la proporción no la tengo exacta, recordando mi salario en esa época , puedo afirmar que ha aumentado 4 veces, eso

como salario por mis actividades, recuerda que soy dueño y también genero rentas por ingreso de la empresa. El salario de gerente por el 2009 era de S/1500.00.

Respuesta pregunta 8: Claro, con el aumento del salario he aumentado mis ahorros , como te comente va de la mano también de los ingresos de la empresa.

Respuesta pregunta 9: Tuve que asistir por varios meses a capacitaciones ya que el fairtrade era nuevo para mí, y observé que la capacitación abarcaba aspectos administrativos y claro que me ayudó a mejorar.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: En el 2009 éramos empresa pequeña, ahora ya somos mediana, pero en el inicio cuando participamos en el plan BPCJ , pudimos participar en más ferias internacionales y reforzar nuestras ventas con los clientes de esa época y sí las ventas crecieron, puedo afirmar que entre el segundo y tercer año se vio resultados de hasta un 300% de incremento.

Respuesta pregunta 11: Sí claro las capacitaciones ayudaron en ese aspecto.

Respuesta pregunta 12: La empresa ya tenía contactos antes de conseguir el sello, pero con la nueva base de datos brindada por PROMPERU y nuestra participación en ferias aumentó progresivamente los contactos, un promedio? Después de 4 años será nuestra base 5 veces mayor, claro los que intercambiamos información.

Respuesta pregunta 13: Va en relación a tu anterior pregunta, pero puedo afirmar que habremos aumentado en función del fairtrade un 200% .

Respuesta pregunta 14: El promedio es de 15% a 18%, depende del diseño, en nuestro caso en esa época éramos más de tejido de punto, ahora ya tenemos tejido plano cuyo porcentaje es menor pero es más volumen.

Respuesta pregunta 15: Casi el 80% es a plazo fijo, se contrata por meses específicos o la naturaleza del negocio

Respuesta pregunta 16: Si aumenta el numero de trabajadores , actualmente se contrata hasta , si tomo como referencia el staff permanente hasta 10 veces mas en temporada.

Respuesta pregunta 17: Sí tuvimos que cambiar de local en dos oportunidades porque la infraestructura, y uno de los factores que influyo fue el sello de fairtrade.

Entrevistador: respecto al Autoestima

Respuesta pregunta 18: con el gobierno regional, no nada.

Respuesta pregunta 19: por PROMPERU sí, en nuestras participaciones en Perú Moda.

2. Entrevista a Andrea Paz Murillo, Gerente de Producción empresa Calicampo SAC.

Respuesta Pregunta 1: Calicampo es una empresa que inició brindando servicios de teñido natural a las empresa de hilado ubicadas en Arequipa, luego amplió sus servicios a producción de prendas de punto, ahora respecto al comercio justo, la empresa fue invitada a conocer más sobre esta alternativa y vimos que había apoyo y proyección por lo tanto fue fácil tomar la decisión.

Respuesta pregunta 2: Fue en el 2012.

Respuesta pregunta 3: Primero fuimos evaluados para ver si como empresa podíamos participar, luego fuimos invitados a la capacitación y luego a las actividades comerciales.

Respuesta pregunta 4: Sí, en el aspecto laboral y de infraestructura.

Respuesta pregunta 5: Fue básicamente la formalización, ya que se tiene que tener la trazabilidad del producto.

Respuesta pregunta 6: El pago justo a los trabajadores.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Como trabajadora sí claro, aumento el salario. Promedio? Con aquella época diría un 300%.

Respuesta pregunta 8: Si, fue en consecuencia del aumento de salario.

Respuesta pregunta 9: Sí, como encargada del área de producción se me asignó dicha capacitación y me brindaron información que no conocía.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: El volumen de ventas aumentó definitivamente, ayudó bastante conocer nuevos mercados, el promedio? Comparando antes de la certificación, dirí que después de tres años aumentó en 500%.

Respuesta pregunta 11: Sí claro las capacitaciones ayudaron en ese aspecto.

Respuesta pregunta 12: Si contacto es establecer comunicación con clientes potenciales, el área de ventas nos da un promedio de aumento de 600%.

Respuesta pregunta 13: contratos? Bueno en promedio aumentó 400%.

Respuesta pregunta 14: el margen de la empresa maneja en la línea varía de 8% a 12%.

Respuesta pregunta 15: Casi el 60% es a plazo fijo, tenemos grupos de tejedoras y brindamos servicio a otras empresas.

Respuesta pregunta 16: En temporada alta los contratos a plazo fijo aumentan , dependiendo de la situación económica mundial, por ejemplo en esos años aumentó en 200%

Respuesta pregunta 17: Sí nos mudamos y ahí tuvimos más espacio para implementar ambientes de almacén, espacio para trabajadoras, etc.

Entrevistador: respecto al Autoestima

Respuesta pregunta 18: Tengo entendido que el gobierno regional no participaba.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU sí brindo certificados y reconocimiento.

3. Entrevista a Aldo Rodríguez Pozo, Gerente de Textil Viso SAC

Respuesta Pregunta 1: Textil Viso busca ampliar su mercado, nos dedicamos a tejido plano y punto y vi una oportunidad, un valor agregado al comercio justo.

Respuesta pregunta 2: En el 2012.

Respuesta pregunta 3: Lo resumo en evaluación, capacitación, implementación, comercialización.

Respuesta pregunta 4: Sí , el más representativo la infraestructura.

Respuesta pregunta 5: Fue implementar la trazabilidad del producto y todo lo relacionado al cálculo de precios.

Respuesta pregunta 6: El relacionado al pago justo a los trabajadores porque ese aspecto es el más representativo del comercio justo.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Sí mejoro mis ingresos tanto como gerente como dueño de la empresa. Porcentaje bueno después de tres años como solicitas será un 300%.

Respuesta pregunta 8: Si, mis ahorros personales aumentaron.

Respuesta pregunta 9: Sí, fui capacitado y ciertos temas fueron interesantes, como la trazabilidad.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: El volumen de ventas después de la etapa de promoción , que fue de 2 a tres años luego, aumentó en la empresa hasta en 800% , conseguimos unos clientes que hasta ahora mantenemos que confiaron en nuestro producto.

Respuesta pregunta 11: Sí, la gestión mejoró porque la capacitación toca temas enfocados a ello.

Respuesta pregunta 12: nuestra base de datos aumento definitivamente, y aumento de contactos comerciales? Luego de dos a tres años diría que fue de 400%.

Respuesta pregunta 13: contratos realizados, en promedio aumentó 300%.

Respuesta pregunta 14: mi empresa entre 12 a 14%

Respuesta pregunta 15: Casi el 90% es a plazo fijo, en temporada hay alta rotación de empleados.

Respuesta pregunta 16: Aumento de personal en temporada, bueno sería un aumento del 600%.

Respuesta pregunta 17: No nos mudamos ni nada seguimos en el mismo local, pero eso sí se tuvo que implementar áreas.

Entrevistador: respecto al Autoestima

Respuesta pregunta 18: Del gobierno regional , no nada.

Respuesta pregunta 19: Sí por la participación en el plan y luego la certificación.

4. Entrevista a Juana Canzaya, Gerente Quilliy SRL

Respuesta Pregunta 1: En ese tiempo éramos micro empresa, ahora por el número de empleados somos pequeña, y justamente la diferencia que nos dio el sello de comercio justo nos ayudó a conseguir nuevos clientes.

Respuesta pregunta 2: En el 2015.

Respuesta pregunta 3: Si no me equivoco, empezamos con una evaluación , luego fuimos capacitados, después vino toda la etapa para implementar los principios.

Respuesta pregunta 4: Sí , la forma de organizarnos, tuve que cambiar la estructura.

Respuesta pregunta 5: La formalización de los procesos

Respuesta pregunta 6: La razón del comercio justo el pago justo a los trabajadores.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Sí claro antes manejaba contratos pequeños ahora como dueña y gerente mis ingresos aumentaron, un promedio? Bueno comparando sería hasta un 400%.

Respuesta pregunta 8: Si, claro mi trabajo me permite hacerlo.

Respuesta pregunta 9: Sí, me sirvió y mucho, no tengo estudios relacionados a administración.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: El volumen? Si claro pero se notó más luego de las participaciones en las ferias , sí claro luego de dos años o más , cuanto? Comparando con las cantidades bueno hasta en 900% claro.

Respuesta pregunta 11: Sí, la gestión productiva mejoró gracias a que teníamos una guía de los capacitadores.

Respuesta pregunta 12 : Para mejorar los contactos que lograba en ferias , tuve que aprender inglés no sabes... bueno a número de contactos, comparado con un período antes del plan?, bueno diría que 400%

Respuesta pregunta 13: contratos realizados, en promedio 500%.

Respuesta pregunta 14: mi empresa entre 12 a 15%

Respuesta pregunta 15: Casi el 90% es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: En temporada alta, dependiendo de la complejidad del pedido he llegado en promedio, usando de base el actual personal hasta 600%.

Respuesta pregunta 17: Seguimos en el mismo local con nueva áreas.

Entrevistador: respecto al Autoestima

Respuesta pregunta 18: No sabía que el gobierno regional participaba.

Respuesta pregunta 19: Sí por la participación en el plan que promovió PROMPERU.

5. Entrevista a Juana Canzaya, Gerente Quilliy SRL

Respuesta Pregunta 1: En ese tiempo éramos micro empresa, ahora por el número de empleados somos pequeña, y justamente la diferencia que nos dio el sello de comercio justo nos ayudó a conseguir nuevos clientes.

Respuesta pregunta 2: En el 2015.

Respuesta pregunta 3: Si no me equivoco, empezamos con una evaluación , luego fuimos capacitados, después vino toda la etapa para implementar los principios.

Respuesta pregunta 4: Sí , la forma de organizarnos, tuve que cambiar la estructura.

Respuesta pregunta 5: La formalización de los procesos

Respuesta pregunta 6: La razón del comercio justo el pago justo a los trabajadores.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Sí claro antes manejaba contratos pequeños ahora como dueña y gerente mis ingresos aumentaron, un promedio? Bueno comparando sería hasta un 400%.

Respuesta pregunta 8: Si, claro mi trabajo me permite hacerlo.

Respuesta pregunta 9: Sí, me sirvió y mucho, no tengo estudios relacionados a administración.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: El volumen? Si claro pero se notó más luego de las participaciones en las ferias , sí claro luego de dos años o más , cuanto? Comparando con las cantidades bueno hasta en 900% claro.

Respuesta pregunta 11: Sí, la gestión productiva mejoró gracias a que teníamos una guía de los capacitadores.

Respuesta pregunta 12 : Para mejorar los contactos que lograba en ferias , tuve que aprender inglés no sabes... bueno a número de contactos, comparado con un período antes del plan?, bueno diría que 400%

Respuesta pregunta 13: contratos realizados, en promedio 500%.

Respuesta pregunta 14: mi empresa entre 12 a 15%

Respuesta pregunta 15: Casi el 90% es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: En temporada alta, dependiendo de la complejidad del pedido he llegado en promedio, usando de base el actual personal hasta 600%.

Respuesta pregunta 17: Seguimos en el mismo local con nueva áreas.

Entrevistador: respecto al Autoestima

Respuesta pregunta 18: No sabía que el gobierno regional participaba.

Respuesta pregunta 19: Sí por la participación en el plan que promovió PROMPERU.

6. Entrevista a Elizabeth Málaga Flores, Gerente NYM`s EIRL

Respuesta Pregunta 1: Seguimos siendo micro empresa, pero el comercio justo ha conseguido mejores precios para mis productos.

Respuesta pregunta 2: En el 2015.

Respuesta pregunta 3: Inició con una evaluación, luego capacitación y finalmente todo lo relacionado a comercialización.

Respuesta pregunta 4: La organización.

Respuesta pregunta 5: Como se llevan a cabo y se registran los procesos de la empresa.

Respuesta pregunta 6: Un precio justo por nuestro producto.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Como dueña y gerente si aumentaron los ingresos, en promedio? Del 2015 como referencia diría que un 300%.

Respuesta pregunta 8: Si, y con eso me he permitido comprar algunos bienes.

Respuesta pregunta 9: Sí, la capacitación fue de mucha ayuda, especialmente a mí que no tenía estudios superiores.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: Volumen de ventas, en referencia al 2015 si han aumentado , en promedio 300%.

Respuesta pregunta 11: La gestión productiva sí mejoró siguiendo los consejos de los supervisores claro y de acuerdo a las posibilidades de la empresa.

Respuesta pregunta 12 : Número de contactos realizados? Bueno diría que desde el 2015 en promedio aumento en 400%.

Respuesta pregunta 13: contratos realizados, en promedio 200%.

Respuesta pregunta 14: mi empresa entre 15 a 17%

Respuesta pregunta 15: El 90% es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: Cuando hay pedido contratamos hasta 10 veces más es decir 1000% .

Respuesta pregunta 17: Construimos nuevas áreas para cumplir con los requisitos.

Entrevistador: respecto al Autoestima

Respuesta pregunta 18: No nada del gobierno.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU si reconoce por la participación.

7. Entrevista a Marleny Quijahuaman, Presidente ORKOKRAFT

Respuesta Pregunta 1: Somos una asociación que vimos una oportunidad en el comercio justo para mejorar nuestros ingresos y la imagen frente a nuestros clientes actuales.

Respuesta pregunta 2: En el 2015.

Respuesta pregunta 3: Tengo entendido que inició con la capacitación y luego poner en práctica el comercio justo.

Respuesta pregunta 4: Como asociación fue difícil la organización y ser transparente en los precios.

Respuesta pregunta 5: El detalle del registro tanto de material, del personal y otros temas relacionados.

Respuesta pregunta 6: El precio justo por nuestro producto.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Como trabajadora si claro, en porcentaje, bueno diría que un 300% desde el 2015 claro.

Respuesta pregunta 8: Si me ha permitido ahorrar.

Respuesta pregunta 9: La capacitación ayudó bastante, es una etapa que nos ayudó mucho.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: La Asociación ha registrado un volumen de ventas comparando el año 2015, de 400% adicional, la participación en la Feria Perú Moda ayudó bastante, ya asistimos en dos oportunidades.

Respuesta pregunta 11: En nuestro caso como asociación es más complicado porque son varios grupos de trabajo, por eso un buen manejo fue necesario, tuvimos que mejorar en otros aspectos como financieros y tributarios que no están incluidos en la capacitación.

Respuesta pregunta 12 : Ahí si mejoramos porque entendimos que la relación con el cliente es algo que hay que desarrollar con el tiempo, comparando con el 2015 habremos aumentado en 1000%.

Respuesta pregunta 13: Ahí si mejoramos hasta en 500% comprado con el 2015

Respuesta pregunta 14: cada venta registra una utilidad del 12 al 15% en promedio

Respuesta pregunta 15: Solo el personal administrativo es permanente, y eso representa el 5%, los demás por el tipo de empresa que somos solo trabajan por temporada.

Respuesta pregunta 16: En temporada claro tenemos que contratar para lo que es la etapa de control de calidad entonces nuestro personal aumenta hasta en 500%

Respuesta pregunta 17: Se tuvo que construir y mejorar los existentes.

Respuesta pregunta 18: No El gobierno local no se preocupa de esos temas..

Respuesta pregunta 19: PROMPERU es una gran ayuda y hasta nos reconoce como grupo emprendedor.

8. Entrevista a Nelly Puertas, Gerente Confecciones LY EIRL

Respuesta Pregunta 1: Como micro empresa vimos al comercio justo como una oportunidad de desarrollo.

Respuesta pregunta 2: En el 2015.

Respuesta pregunta 3: Nos evaluaron luego asistí a la capacitación y ahora asisto a ferias.

Respuesta pregunta 4: Si claro, mi empresa es pequeña pero debimos mejorar los proceso..

Respuesta pregunta 5: lo que se denomina trazabilidad.

Respuesta pregunta 6: El precio justo por nuestro producto.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Tanto como trabajadora, como dueña sí, porcentaje? Diría que un 300% luego de dos años.

Respuesta pregunta 8: Si claro, y eso ayuda a otros proyectos.

Respuesta pregunta 9: A mí se me ayudó mucho, tenía diversos problemas con la parte administrativa.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: A comparación del 2015 , sí , porcentaje? En promedio 300%.

Respuesta pregunta 11: Si, definitivamente, la capacitación me ayudo mucho a mejorar mi función administrativa y el manejo de procesos en el área de producción.

Respuesta pregunta 12 : Interacción con clientes si claro, mucho más después de participar en ferias diría que hasta un 500%.

Respuesta pregunta 13: En contratos sí, en promedio? 300%

Respuesta pregunta 14: La ganancia depende , un margen en promedio? Diría de 10 a 13%.

Respuesta pregunta 15: 80% es a plazo fijo

Respuesta pregunta 16: En aumenta el personal , si tomamos como base el fijo, en 500%.

Respuesta pregunta 17: Se mejoró ambientes existentes.

Respuesta pregunta 18: Del gobierno regional nada.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU es el único que brinda alguna distinción.

9. Entrevista a Griselia Romero, Gerente de producción Sumac Maqui EIRL

Respuesta Pregunta 1: Somos micro empresa orientados a prenda de vestir y detalles para el hogar, bueno considero al comercio justo como una oportunidad de crecimiento.

Respuesta pregunta 2: En el 2012.

Respuesta pregunta 3: Fue la capacitación y luego la participación en ferias.

Respuesta pregunta 4: Los procesos principalmente.

Respuesta pregunta 5: El registro de todo lo relacionado a la producción.

Respuesta pregunta 6: El precio justo por nuestro producto.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Yo como trabajadora y dueña del negocio diría que un 300% en promedio.

Respuesta pregunta 8: Los ahorros personales si claro, pero luego se tienen que gastar en el mismo negocio.

Respuesta pregunta 9: La capacitación fue clave para mi persona.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: Diría que un 400% en promedio después de la participación en ferias.

Respuesta pregunta 11: Para gestionar la parte productiva, sí claro, mejore bastante hay que reducir los costos.

Respuesta pregunta 12 : Contactos realizados, diría que un 400%

Respuesta pregunta 13: En contratos sí, en promedio? 400%

Respuesta pregunta 14: el margen de ganancia entre 10 y 12%

Respuesta pregunta 15: 80% es a plazo fijo

Respuesta pregunta 16: En aumenta el personal , si tomamos como base el fijo, en 400%.

Respuesta pregunta 17: Tuve que ampliar ambientes, porque si no lo hacia no había certificación.

Respuesta pregunta 18: Nada del gobierno local.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU nos ayuda mucha y también reconoce nuestra participación.

10. Entrevista a Juan Pacori, Gerente de Industrial Lanera Nevado SRL

Respuesta Pregunta 1: Somos una empresa en búsqueda de nuevas oportunidades por lo tanto el comercio justo es una estrategia para crecer y vender más.

Respuesta pregunta 2: En el 2012.

Respuesta pregunta 3: La capacitación a la que fuimos invitados y luego toda la parte comercial.

Respuesta pregunta 4: La estructura organizacional y de procesos.

Respuesta pregunta 5: lo que llaman trazabilidad.

Respuesta pregunta 6: El precio justo.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Como gerente y dueño , si aumentaron mis ingresos, fue progresivo, pero si me pides un promedio luego de las ferias diría que un 400%.

Respuesta pregunta 8: Sí claro , aumentaron y luego tuve que usarlos en la empresa.

Respuesta pregunta 9: Toda la información brindada en la capacitación fue directamente para prepararnos para implementar los principios de comercio justo y sirvió bastante.

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: El volumen ventas luego de la certificación?, bueno si me pides luego de la participación en ferias diría en 500%

Respuesta pregunta 11: La gestión de la parte productiva para mi es vital en la empresa , se manejan costos , tiempos y si mejoro bastante.

Respuesta pregunta 12 : Bueno mejoramos la parte comercial, y en promedio aumento los contactos en 300%.

Respuesta pregunta 13: los contratos realizados aumentaron después de la participación en ferias diría que en 400%.

Respuesta pregunta 14: nuestro margen de ganancia es entre 10 y 15%.

Respuesta pregunta 15: la mayoría es a plazo fijo porque solo necesito por temporadas más personal, diría que el 80% es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: Si claro contrato bastante personal en temporada de producción, en promedio sería 500% más.

Respuesta pregunta 17: Desde el 2012 hasta cambiamos de local, ahí tuve que acondicionar los ambientes que eran necesarios para una mejor labor y con eso cumplí los requisitos para una posterior auditoría.

Respuesta pregunta 18: Nada del gobierno local.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU si nos reconoció en la certificación.

11. Entrevista a Abigail Vera, Gerente Artesanías Jireh SRL

Respuesta Pregunta 1: Somos una microempresa, que queremos aumentar nuestras ventas y vemos al comercio justo como una estrategia de mejora.

Respuesta pregunta 2: En el 2013.

Respuesta pregunta 3: La capacitación a la que fuimos invitados y luego toda la parte comercial.

Respuesta pregunta 4: La estructura de procesos.

Respuesta pregunta 5: Es que había que formalizar todo lo que hacíamos a nivel administrativo.

Respuesta pregunta 6: El precio justo y medio ambiente

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: A nivel personal si claro aumento desde el 2012, en promedio luego de ver cambios significativos diría que 400%.

Respuesta pregunta 8: Sí , mis ahorros aumentaron en el porcentaje de los ingresos.

Respuesta pregunta 9: La capacitación fue buena y directa a los temas relacionados

Entrevistador: Respecto a los beneficios a nivel empresarial

Respuesta pregunta 10: El volumen e ventas luego de la parte comercial bueno eso fue luego de la participación en ferias, sería cerca del 400% de aumento.

Respuesta pregunta 11: La empresa busca siempre mejorar la parte administrativa, y lo aprendido si sirvió para la parte productiva.

Respuesta pregunta 12 : Los contactos si mejoraron , luego de cada feria conseguimos aumentar hasta en 400% los contactos realizados.

Respuesta pregunta 13: Los contratos por consecuencia si aumentaron, aumentaron en promedio 200%.

Respuesta pregunta 14: nuestro margen de ganancia está entre 15 y 17%.

Respuesta pregunta 15: La planilla es la mayoría a plazo fijo , en promedio el 90%.

Respuesta pregunta 16: Contratamos trabajadores en temporada alta , será hasta un 600% adicional.

Respuesta pregunta 17: Hemos comprado maquinaria y también ampliado el local, el terreno era amplio así que no tuvimos que mudarnos.

Respuesta pregunta 18: Ninguno del gobierno regional.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU si nos reconoció en la certificación.

12. Entrevista a Henry Vela, Gerente Vela Vera EIRL

Respuesta Pregunta 1: Mi empresa es micro por lo tanto siempre busca crecer, y el comercio justo me ha demostrado que es una alternativa creíble.

Respuesta pregunta 2: En el 2013.

Respuesta pregunta 3: Fue evaluación, y capacitación.

Respuesta pregunta 4: En mi empresa fue la parte organizacional.

Respuesta pregunta 5: Tuve que modificar la organización y procesos de mi empresa.

Respuesta pregunta 6: El precio justo.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Mis ingresos personales si incrementaron desde el 2013 , en promedio? 400%.

Respuesta pregunta 8: Sí , los ahorros aumentaron.

Respuesta pregunta 9: Claro ayudó a mejorar mis capacidades administrativas.

Respuesta pregunta 10: Ah el volumen de ventas , bueno luego de las participaciones en la Feria en Lima, aumentaron , si te doy un promedio luego de dos años sería entre 300y 400%.

Respuesta pregunta 11: La parte productiva mejoró en aspectos de tiempos de elaboración de prenda, gestión logística, todo para cumplir con los principios.

Respuesta pregunta 12 : Contactos? Si claro bueno a comparación de ese año será un aumento de 400%.

Respuesta pregunta 13: Por consecuencia varios contratos se confirmaron diría que luego de las ferias se concretaban hasta un 200% de aumento.

Respuesta pregunta 14: El margen se da entre 10 y 14%

Respuesta pregunta 15: Casi el 80% de contratos es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: En mi caso la empresa trabaja en temporada hasta con 600% de personal adicional.

Respuesta pregunta 17: Sí tuve que ampliar ambientes y adecuar para cumplir con los requisitos.

Respuesta pregunta 18: Nada del gobierno regional.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU siempre nos considera y felicita.

13. Entrevista a Fernando Corrales, gerente de Milla y Qaytu

Respuesta Pregunta 1: El comercio justo llegó a mi conocimiento a través de PROMPERU, y vi en la certificación una oportunidad de crecimiento y mejorar la imagen de la empresa

Respuesta pregunta 2: En el 2017.

Respuesta pregunta 3: Fue evaluación, y capacitación.

Respuesta pregunta 4: El más representativo es la parte de procesos.

Respuesta pregunta 5: la trazabilidad, es una exigencia.

Respuesta pregunta 6: El precio justo y el trato con los clientes

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: los ingresos personales, será un aumento de 200%.

Respuesta pregunta 8: Ahorros sí, y con el aumento de sueldo puedo separar algo más de dinero.

Respuesta pregunta 9: La capacitación me ayudó bastante en aspectos administrativos básicamente.

Respuesta pregunta 10: Si hemos aumentado las ventas porque hemos participado en la feria del 2018, en porcentaje será 200%.

Respuesta pregunta 11: Si es una exigencia, se debe mejorar para mejorar el bienestar de los trabajadores.

Respuesta pregunta 12 : Los contactos comerciales aumentaron en 300%.

Respuesta pregunta 13: Los contratos realizados luego de la feria produjo un aumento de 200%.

Respuesta pregunta 14: El margen es entre 15 y 17%

Respuesta pregunta 15: Casi el 80% de contratos es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: Contrato en temporada hasta 300% de personal.

Respuesta pregunta 17: Hasta el momento sólo he mejorado ambientes y comprado maquinaria.

Respuesta pregunta 18: Ninguna noticia del gobierno regional.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU hizo una ceremonia de reconocimiento pero la de la participación en feria creo es más representativa.

14. Entrevista a Erika Muñoz, gerente de BRISAN

Respuesta Pregunta 1: Recién he sido invitada a este tipo de certificación y vi los beneficios en el aspecto de ventas y me anime a participar.

Respuesta pregunta 2: En el 2017.

Respuesta pregunta 3: Fue evaluación, capacitación, implementación y ahora en la parte comercial.

Respuesta pregunta 4: La parte de procesos.

Respuesta pregunta 5: Toda la parte que los capacitadores llaman trazabilidad.

Respuesta pregunta 6: El precio justo y el trato laboral

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Bueno diría que en promedio 200%

Respuesta pregunta 8: Ahorros si incrementaron pero no significativamente.

Respuesta pregunta 9: Sí, me ayudó mucho, la capacitación si deben hacerla siempre.

Respuesta pregunta 10: En volumen un 250% si comparo al año pasado.

Respuesta pregunta 11: Si, la capacitación ayudo mucho en ese aspecto.

Respuesta pregunta 12 : Si aumenté mis contactos realizados en 300%

Respuesta pregunta 13: los contratos, bueno en promedio sería 200%

Respuesta pregunta 14: El margen que manejo ese entre 10 y 12%

Respuesta pregunta 15: En mi empresa la mayoría del personal es a plazo fijo, será el 90%.

Respuesta pregunta 16: En temporada debo aumentar la planilla en 300%.

Respuesta pregunta 17: He comprado maquinaria y mejorado ambientes.

Respuesta pregunta 18: Nada del gobierno.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU si dio reconocimiento.

15. Entrevista a Cecilia Cuadros, gerente de RUNAKAY

Respuesta Pregunta 1: RUNAKAY es una micro empresa todavía que busca crecer y el comercio justo es una oportunidad..

Respuesta pregunta 2: En el 2017.

Respuesta pregunta 3: Participé en la capacitación e implementación.

Respuesta pregunta 4: todo la estructura de procesos.

Respuesta pregunta 5: registro de la procedencia del material, el registro de la parte laboral, es decir todo lo relacionado a producción.

Respuesta pregunta 6: El precio justo.

Entrevistador: Revisando los impactos del comercio justo pasamos a revisar los beneficios si hubo o no empezamos con el nivel individual o personal.

Respuesta pregunta 7: Ingresos personales, en promedio 200%

Respuesta pregunta 8: si crecieron.

Respuesta pregunta 9: La capacitación fue importante para mí uno de partes de la certificación que mas me agradó.

Respuesta pregunta 10: En volumen , sería 200%.

Respuesta pregunta 11: La gestión productiva es básico para mi, porque permite reducir costos de producción.

Respuesta pregunta 12 : contactos? Bueno la base de datos me permite llegar a más clientes, si tendría que dar un promedio será de 300%.

Respuesta pregunta 13: comparado con periodos antes de la certificación, será un 200%.

Respuesta pregunta 14: El margen que manejo ese entre 8 y 12%

Respuesta pregunta 15: El 90% es a plazo fijo.

Respuesta pregunta 16: En temporada de pedidos aumenta hasta en 1000%

Respuesta pregunta 17: He comprado maquinaria y mejorado ambientes.

Respuesta pregunta 18: Nada del gobierno.

Respuesta pregunta 19: PROMPERU si me dio reconocimiento.

Anexo Nº 12: Texto de las Entrevistas Realizadas a los Representantes de PROMPERU y el Gobierno Regional.

1. Entrevista realizada a Sthepany Tovalino, Representante de la Oficina de Comercio Sostenible a nivel Nacional.

Respuesta Pregunta 1: Me desempeño como encargada a nivel nacional de la Oficina de Comercio Sostenible, dependencia que se encuentra dentro de la estructura de PROMPERU, cuyo objetivo es identificar fortalezas de nuestros diversos sectores productivos, y desarrollar estrategias de crecimiento teniendo como herramienta el comercio.

Respuesta pregunta 2: Yo estuve encargada del proceso desde el año 2013, en mi oficina centralizada en Lima, desde ahí se planificó y organizó el plan BPCJ, la labor más dificultosa fue sustentar el proyecto para canalizar los fondos necesarios.

Debo mencionar que en este momento esta en proyecto el desarrollo de un programa de certificación en comercio justo a productos de la zona andina, entre ellos la quinua, tarwi, kiwicha y otros que a nivel internacional se denominan los superfoods, en los cuales el Perú tienen una ventaja competitiva, pero le repito está en proyecto

Respuesta pregunta 3: Como los fondos obtenidos son de instituciones privadas, no se puede brindar dicha información sin la autorización debida, tengo entendido que usted ha conseguido dicha información, debe conocer que es privada.

Respuesta pregunta 4: Sin dar montos puedo afirmar que no forman parte de los fondos asignados a mi oficina, son fondos canalizados de fondo privados como el Banco Interamericano de Desarrollo.

Respuesta pregunta 5: Como dije anteriormente es privada.

Respuesta pregunta 6: PROMPERU , específicamente mi oficina solo se enfoca a la arte comercial, solo obtenemos datos de cuanto ha vendido cada PYME en los períodos luego de la obtención del sello de comercio justo, otros datos como impacto social, generación de empleo, impacto en industrias complementarias , no manejamos esos datos. Si deberíamos realizar dicho estudio? No esta entre los objetivos , como le mencioné solo la parte comercial.

Respuesta pregunta 7: Como indique antes solo a nivel económico, es decir ventas, y dicha información la maneja las instituciones que proveen los fondos.

Respuesta pregunta 8: Las que completan la cadena de valor? Ok si se refiere a lo que es industria de hilado y recolección de fibra, no tenemos dicha información, como le indiqué sólo nos enfocamos en la parte comercial de las PYME capacitadas.

Respuesta pregunta 9: Desde la generación de empleo, solo conocemos que la industria textil es uno de los sectores más representativos de su región , pero el impacto en la generación de empleo no es el objetivo de esta oficina, por mi parte entiendo que es una reacción en cadena si una industria mejora, las que la complementan también mejorarán sus ingresos.

2. Entrevista realizada a Caridad Maldonado Adanaque, Representante del Gobierno Regional

Respuesta Pregunta 1: Me desempeño como encargada a nivel nacional de la Oficina de Desarrollo e Inclusión Social, dependencia a la cual PROMPERU solicito la participación del gobierno regional de Arequipa que canalice fondos para completar el presupuesto del plan BPCJ.

Respuesta pregunta 2: Estoy a cargo desde el 2015 , tengo la información necesaria para brindarle.

Respuesta pregunta 3: Tengo entendido que al no formar parte de los gastos corrientes las actividades relacionadas al comercio solidario o justo, el encargado anterior logró fondos de instituciones privadas para poder cumplir con este compromiso, como es privado no le puedo brindar dicha información .

Respuesta pregunta 4: Los gastos corrientes que realiza el gobierno regional se encuentra en el PIA brindado en nuestra página institucional, y si revisa la información no hay partida orientada a la actividad de su interés.

Respuesta pregunta 5: Sí es privada.

Respuesta pregunta 6: Como gobierno regional es preocupación de nuestra oficina el desarrollo social, se hacen estudios de índice de pobreza, educación, programas de salud, etc., pero sobre lo brindado al plan BPCJ específicamente no, todo lo que forma parte del gasto corriente entre sus objetivos está la medición de resultados, pero como este presupuesto no forma parte, es de una institución privada, el gobierno regional no lo realiza.

Respuesta pregunta 7: No tenemos ni de PYME participantes , ni de los trabajadores por la razón explicada anteriormente.

Respuesta pregunta 8: La cadena de valor del sector textil en la región es bastante representativa, y existen empresas grandes que realizan actividades con comunidades que recolectan la fibra, prácticamente toda esa actividad es desarrollado por el sector privado, no por el gobierno regional.

Respuesta pregunta 9: Como se mencionó si el dinero brindado a el plan BPCJ fuera parte del gasto corriente si se haría evaluación de impacto porque se tiene que rendir cuentas, esa tarea si no me equivoco la realizan las instituciones internacionales que dieron el dinero, es lamentable que tenga que decirlo pero si hubiera una oficina encargada de dicha labor, el comercio justo le podría brinda más información.

Anexo Nº 13: Texto de las Entrevistas Realizadas a los trabajadores delas

PYME textiles

La metodología de entrevista a los trabajadores fue semi estructurada, fue realizada en el local de trabajo.

1. Entrevista a Maria Sucasaca, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, desde la fecha indicada por usted, no puedo dar ahora el porcentaje.

Respuesta pregunta 5: Si he podido ahorrar desde la fecha indicada.

Respuesta pregunta 6: Si, la empresa capacita mensualmente y uno debe inscribirse, ayuda a la confianza en el trabajo que hacemos.

Respuesta pregunta 7: Si yo tengo hijos en la escuela todavía, y mi sueldo alcanza para esos gastos, es escuela publica pero de todas maneras se hacen gastos.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si usara el salario para cubrir los costos indicados, si alcanza.

Respuesta pregunta 10: Si pero con el tiempo, ahorrando.

Respuesta pregunta 11: No he realizado por mi misma los cambios lo hice con mi pareja.

2. Entrevista a Paula Ramos, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, claro, creo que recursos puede ayudarnos con el porcentaje.

Respuesta pregunta 5: Si he podido ahorrar con el tiempo.

Respuesta pregunta 6: Si, me acuerdo que forma parte de la certificación que obtuvieron.

Respuesta pregunta 7: Tengo un hijo en universidad, y si me alcanza para cubrir sus costos, pero es privada, lo en parte con mi esposo.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si en base a los datos que me enseña.

Respuesta pregunta 10: Si compre algunos artefactos.

Respuesta pregunta 11: Mejoras como ampliaciones? Si pero con prestamos.

3. Entrevista a Jeanette Andia, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Confección y Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, a comparación del 2015.

Respuesta pregunta 5: Si he podido ahorrar con el tiempo.

Respuesta pregunta 6: Si, ayuda bastante a mejorar los tiempos de tejido.

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos aun en la escuela, es publica.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si claro si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Si compre algunos artefactos.

Respuesta pregunta 11: Mejoras? Diría arreglos, pero no ampliaciones.

4. Entrevista a Judhy Gonzales, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, a comparación del 2015.

Respuesta pregunta 5: Si he ahorrado..

Respuesta pregunta 6: Si, como dijo la compañera ayuda bastante a mejorar los tiempos de tejido.

Respuesta pregunta 7: Mis hijos son pequeños, van a primaria y si me alcanza con ayuda de mi pareja, es colegio privado.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si claro si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Con prestamos sino mal recuerdo.

Respuesta pregunta 11: Pero con prestamos.

5. Entrevista a Luisa Samtos, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, nos han aumentado el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si he ahorrado..

Respuesta pregunta 6: Si, la capacitación es uno de las políticas de empresa.

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos en la secundaria es pública, y si cubre los gastos.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si claro si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos mas que todo.

Respuesta pregunta 11: No nada.

6. Entrevista a Griselda Valdivia, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, nos han aumentado el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si he ahorrado..

Respuesta pregunta 6: Si, la capacitación es uno de las políticas de empresa.

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos en la secundaria es pública, y si cubre los gastos.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si claro si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos mas que todo.

Respuesta pregunta 11: No nada.

7. Entrevista a Claudia Gutierrez, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron el pago.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, recibimos capacitación, me acuerdo que forma parte del comercio justo.

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos pequeños, en escuela pública, si cubre.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si el salario alcanzaría.

Respuesta pregunta 10: Con prestamos.

Respuesta pregunta 11: Nada.

8. Entrevista a José Nona, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido maquina

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron el pago.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, es mensual.

Respuesta pregunta 7: Mis hijos ya son grandes uno acabo la universidad, tengo 2 en la secundaria, es publico, y si cubre para sus gastos en esas instituciones.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social, nunca he tenido problema.

Respuesta pregunta 9: Si el salario alcanzaría.

Respuesta pregunta 10: Con prestamos.

Respuesta pregunta 11: Si, por la familia, pero fue con ayuda del banco y claro hay que juntar para hacer el pago de la cuota y el trabajo ayuda a conseguir dicho préstamo.

9. Entrevista a Eustaquio Choque, empresa Art Atlas SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Tejido maquina

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, de la fecha indicada si aumentaron.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, me ayuda mucho para mejorar.

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos pequeños, van a privada, me ayuda mi pareja.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si el salario alcanzaría.

Respuesta pregunta 10: Televisor , cocina, esos artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

10. Entrevista a Yolanda Apaza, empresa Calicampo SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Tejido a mano

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, el salario no es igual del 2015, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Aquí las capacitaciones son obligatorias.

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos pequeños y van a escuela privada, mi pareja ayuda al pago.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Claro que cubre, según la información que me da.

Respuesta pregunta 10: Artefactos si claro.

Respuesta pregunta 11: Alquilo.

11. Entrevista a Sabina Mamani, empresa Calicampo SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado y Teñido

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, el salario aumentó, no me acuerdo bien los montos.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Aquí si hay capacitaciones, orientadas a nuestra labor

Respuesta pregunta 7: Tengo hijos en secundaria ya, es publica la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si amplié y hasta ahora pago el préstamo.

12. Entrevista a Lidia Quispe, empresa Calicampo SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Tejido a mano

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó , porcentaje no podría decir ahora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Capacitaciones si de nuestra labor.

Respuesta pregunta 7: Hija , en universidad pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si lo haría

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Con ayuda de mi pareja, prestamos bancarios.

13. Entrevista a Gladys Torres, empresa Textil Viso SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si recibimos capacitación.

Respuesta pregunta 7: un pequeño en jardín, es privado, si alcanza.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: la canasta básica si cubre claro

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Con préstamos bancarios.

14. Entrevista a Marcelina Calcina, empresa Textil Viso SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si igual que mencionaron todos, pero agregaría que ayuda a mejorar nuestro trabajo, los tiempos de elaboración por ejemplo.

Respuesta pregunta 7: Una niña, es pública, si alcanza.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: la canasta básica si claro

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

15. Entrevista a Carlos Parillo, empresa Textil Viso SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Tejido máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó, no me acuerdo en cuanto a comparación de ese año.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si he recibido capacitación ayuda bastante.

Respuesta pregunta 7: Mayores ya están en la universidad pública, cubre sus gastos claro.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre ese monto.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Construí, con prestamos claro.

16. Entrevista a Hipolito Saavedra, empresa Textil Viso SAC

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si hemos recibido.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, todavía, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Si he ampliado, con préstamo bancario.

17. Entrevista a Luz Luna, empresa Quilliy SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si hay ahorros.

Respuesta pregunta 6: La gerente programa mensual.

Respuesta pregunta 7: En primaria tengo una niña, es pública y claro que cubre.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Con ayuda de mi esposo.

18. Entrevista a Eugenio Velásquez, empresa Quilliy SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Tejido a máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Hay una programación, si es mensual y me ayudó a mejorar.

Respuesta pregunta 7: Mayores, en la universidad ya, pero es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre a las justas.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar pero con préstamos.

Respuesta pregunta 11: Si pero con préstamo del banco.

19. Entrevista a Justo Yucra, empresa Quilliy SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido a máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si y me ayudo mucho porque recién estaba entrando a este trabajo.

Respuesta pregunta 7: Pequeños, dos, en primaria , es pública y si cubre claro.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre esa cantidad.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar pero con préstamos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

20. Entrevista a Hermenegilda Cornejo, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si , somos pocos los hijos y felizmente nos capacitan.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubriría ese monto.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar.

Respuesta pregunta 11: No nada.

21. Entrevista a Edgar Huamani, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si nos capacitan.

Respuesta pregunta 7: Tres hijos entre primaria y secundaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí me alcanza pero mi esposa apoya bastante.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar.

Respuesta pregunta 11: No nada.

22. Entrevista a Demetrio Machaca, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentó el pago por hora de trabajo.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si nos capacitan en lo que hacemos claro.

Respuesta pregunta 7: Pequeños , dos en primaria, la escuela es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí me alcanza pero la pareja ayuda.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar.

Respuesta pregunta 11: Recién veré este tema.

23. Entrevista a Lucia Choquehuanca, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado.

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, nos aumentaron.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si nos capacitan y me ayuda mucho esas clases.

Respuesta pregunta 7: Una niña en primaria, es pública, si cubre claro

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí me alcanza pero la pareja ayuda.

Respuesta pregunta 10: Más que todo artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si pero con préstamo bancario.

24. Entrevista a Mirian Llaza, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado.

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si nos capacitan mensualmente.

Respuesta pregunta 7: Un niño, primaria pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero todo lo pagamos con mi pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si pero con préstamo bancario.

25. Entrevista a Bernarda Quispe, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado.

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron el pago.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si con las compañeras recibimos capacitaciones en manejo de maquina mas que todo.

Respuesta pregunta 7: Mayores en universidad , y uno ya acabo ahora ultimo, es publica la universidad.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero con ayuda del esposo.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si pero con préstamo bancario.

26. Entrevista a Lourdes Flores, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado.

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, como dijo mi compañera si aumentaron el pago.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí , para mí son importantes esas capacitaciones, esperemos no dejen de darlas.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, dos, es publica.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si , pero a largo plazo, con prestamos.

27. Entrevista a Elías Cayllahua, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido a máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, desde esa fecha si claro.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí me ayudan a mejorar.

Respuesta pregunta 7: En primaria, una niña, es privada por ahora si alcanza.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: No todavía.

28. Entrevista a María Cuela, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, desde el 2015 si han aumentado.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí me ayudan a mejorar.

Respuesta pregunta 7: En primaria, si cubre es privada pero no es tan cara.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía.

29. Entrevista a Egilda Choque, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, nos aumentaron el pago.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí me ayudan a mejorar, las compañeras nos ayudamos mucho, ya estamos tiempo en la empresa.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre claro.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

30. Entrevista a Judith Mora, empresa NYM'S EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido a máquina.

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron el pago cuando se empezó a producir más.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí, a mi bastante porque las maquinas nuevas hay que cuidarlas.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es privada la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero con ayuda de la pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

31. Entrevista a Fabián Torres, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido a máquina.

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, a comparación de ese año.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí, nos reúnen para capacitaciones , mas que todo para las maquinas.

Respuesta pregunta 7: Sí tengo en primaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero con ayuda de la pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Algo de mejoras , mas que todo por la niña.

32. Entrevista a Domingo Castro, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido a máquina.

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron en la asociación.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí claro, me enteré que es un programa anual que arman.

Respuesta pregunta 7: Sí tengo en secundaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos pero con prestamos.

Respuesta pregunta 11: Si tuve que construir, me preste dinero.

33. Entrevista a Zarela Esquivias, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí claro, formamos grupos afines en, la línea que nos corresponde y nos dan información que ayuda.

Respuesta pregunta 7: Sí tengo en primaria es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero con ayuda del esposo

Respuesta pregunta 10: Artefactos pero con prestamos.

Respuesta pregunta 11: Si, me preste dinero.

34. Entrevista a Dennis Rodríguez, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido a maquina

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, aumentaron, porcentaje no me acuerdo, pero el pago por hora aumentó

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí y ayuda mucho ya que somos de comunidades que a veces ni educación tenemos.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, es pública, todos los hijos de los de esta empresa van a pública, por la zona donde vivimos.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si, pero con préstamos.

35. Entrevista a Jenny Suarez, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si, claro, en la asociación se preocupan por mejorar el pago y mantener el personal de confianza.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí me ayuda bastante, ojala sigan.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, son dos, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero con ayuda de la pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si, con préstamos.

36. Entrevista a Cecilia Yucra, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron desde el 2015.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, las capacitaciones que dan son de bastante ayuda , mejora nuestro trabajo.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, uno, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero con ayuda de la pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía nada.

37. Entrevista a Martha Collantes, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron desde el 2015 como dijeron antes.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, ayudan bastante, a mi me ayudo a mejorar mis tiempos.

Respuesta pregunta 7: Sí en secundaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos sí compré.

Respuesta pregunta 11: Nada.

38. Entrevista a Edgar Huamaní, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Maquina

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron el pago por hora

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, como manejo maquinas se fijan bastante en lo que hago.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí pero tengo ayuda de mi esposa.

Respuesta pregunta 10: Artefactos sí compré.

Respuesta pregunta 11: Recién en planes..

39. Entrevista a Zacarías Quispe, empresa ORKOKRAFT

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Maquina

Respuesta pregunta 3: Quincenal

Respuesta pregunta 4: Si nos aumentaron, no es igual a lo que recibía cuando ingresé.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, y me ayuda bastante al manejo de máquinas de tejer.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Sí cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Algunos arreglos.

40. Entrevista a Delfina Tara, empresa Confecciones LY EIRL.

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumento el pago, no me preguntes en cuanto será que 25%.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, me da confianza conocer más sobre mi labor y la empresa.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Con ayuda del esposo cubre ese monto.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

41. Entrevista a Cristina Arce, empresa Confecciones LY EIRL.

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si como dijo ella, aumentaron el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, me ayudó mucho y es política del área de producción.

Respuesta pregunta 7: Sí en jardín, es privada.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Con ayuda del esposo cubre ese monto.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Ahora he realizado mejoras en una habitación.

42. Entrevista a Cornelia Macedo, empresa Confecciones LY EIRL.

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si me aumentaron, no me acuerdo pero fue progresivo.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, y es bueno para nosotras recibir esas capacitaciones.

Respuesta pregunta 7: Sí está en primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

43. Entrevista a Ruffo Salinas, empresa Confecciones LY EIRL.

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Maquina de tejido plano

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si pero fue progresivo.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, a mi especialmente que manejo esta maquina.

Respuesta pregunta 7: Sí en universidad ya, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Si construí, pero con préstamo.

44. Entrevista a Adriana Perez, empresa Confecciones LY EIRL.

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, y ayuda bastante.

Respuesta pregunta 7: Sí en primaria, es pública la escuela

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Pero con ayuda de la pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Si estamos planificando recién para este año.

45. Entrevista a Benancia Luna, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Tejido manual

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si desde ese año, claro que si.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, vienen una señoritas a revisar eso.

Respuesta pregunta 7: Ya grandes ya acabaron, solo tengo una en universidad, es pública

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Si construí pero con prestamos bancarios.

46. Entrevista a Vilma Huaracc, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Tejido manual

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si como dijo la compañera si nos aumentaron.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, nos capacitan a veces es trimestral.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, es publica la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre, pero me ayuda mi esposo.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Si construí pero con prestamos bancarios.

47. Entrevista a Manuel Diaz, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Tejido manual

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si , nos aumentaron el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, me capacitan, aquí capacitan por líneas de producción, y luego hay unas capacitaciones de todo el personal.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, es publica la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Si construí pero con prestamos.

48. Entrevista a María Ochoa, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si , claro gano mas que esa época.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, hubo una certificación que entres sus exigencias esta la capacitación laboral

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si pero mi pareja ayuda.

Respuesta pregunta 10: Artefactos del hogar

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

49. Entrevista a Santos Escobedo, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2:Máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Bueno solo un poco.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si me capacitan.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es privada.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Como familia asumimos todo juntos.

Respuesta pregunta 10: Artefactos principalmente pero con prestamos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

50. Entrevista a Alvaro Uria, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2:Máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumento, el pago aumento bastante a comparación a ese año.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si me capacitan, y me ayuda para no perder el interés y conocer más.

Respuesta pregunta 7: Ya en secundaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si pero con prestamos a largo plazo.

51. Entrevista a Luis Zuñiga, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2015

Respuesta pregunta 2: Máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumentó.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si me capacitan, porque mi puesto lo exige.

Respuesta pregunta 7: En primaria, una niña, es privada.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: No cubre, por la escuela, pero recibo ayuda de mi pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

52. Entrevista a Saturnina Zegarra, empresa Sumac Maqui

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumentó claro desde el 2013.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si recibo capacitaciones, me ayuda mucho , mejoro en mi trabajo.

Respuesta pregunta 7: En secundaria dos jóvenes, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Me ayuda mi pareja, pero si usara solo mi salario si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si construí, pero con prestamos

53. Entrevista a Luis Veliz, empresa Industrial Lanera Nevado SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2012

Respuesta pregunta 2: Máquina

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si nos aumentaron el pago, fue poco a poco a medida que mejoraba la empresa.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si recibo capacitaciones, me ayuda mucho.

Respuesta pregunta 7: Ya acabaron, pero me ayudo mi salario claro

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si construí, pero con prestamos a largo plazo.

54. Entrevista a Demetrio Machaca, empresa Industrial Lanera Nevado SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Máquina industrial

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si el pago aumento si comparo con ese año.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si nos dan capacitaciones, me dijeron que es una política.

Respuesta pregunta 7: En secundaria todavía, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si construí, con ayuda del banco claro, y tener un puesto laboral permanente.

55. Entrevista a Flora Sucari, empresa Industrial Lanera Nevado SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si nos aumentaron el pago.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si me dieron capacitaciones , casi mensuales.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Con ayuda de la pareja cubre, pero si solo dedico mi sueldo si cubre lo básico.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si amplié habitaciones, mejore ambientes.

56. Entrevista a Henry Serna, empresa Artesanías Jireh SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Máquina de tejer

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si nos aumentaron el pago desde el 2013 claro que aumentaron.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si me dieron capacitaciones y dan actualmente.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si es el monto señalado si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: No.

57. Entrevista a Sabino Calcina, empresa Artesanías Jireh SRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Máquina de tejer

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si ahora en cuanto? Será un 40% más.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si siempre dan, es obligatorio la asistencia..

Respuesta pregunta 7: En secundaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si construí, pero con préstamos.

58. Entrevista a Edwin Serivi, empresa Vela Vera EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2012

Respuesta pregunta 2: Máquina de tejer

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si yo vi el cambio que tuvieron que hacer con los años y aumentaron las ventas y claro aumentó mi pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si siempre dan ayuda bastante.

Respuesta pregunta 7: Terminaron ya la universidad

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si construí, pero con préstamos a largo plazo

59. Entrevista a Susana Sarda, empresa Vela Vera EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2013

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: si aumento el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si me ayuda bastante conocer otros temas , pero que estén relacionados con la empresa

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre, pero ayuda el esposo.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: No nada.

60. Entrevista a Victor Sagua, empresa Vela Vera EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2014

Respuesta pregunta 2: Maquina de tejido industrial

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si claro

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Por lo que uso la maquina me dan capacitaciones constantes.

Respuesta pregunta 7: En secundaria ya, es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre, pero ayuda la pareja siempre.

Respuesta pregunta 10: Artefactos.

Respuesta pregunta 11: Si mejora de ambientes.

61. Entrevista a Camila Ninataya, empresa Milla y Qaytu EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2017

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Bueno recién han empezado ha aumentar, pero si comparo con lo del mercado laboral el pago esta igual.

Respuesta pregunta 5: Si pero no significativos.

Respuesta pregunta 6: Si están brindando ese servicio..

Respuesta pregunta 7: En primaria, es privada.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si pero lo gastos extras son cubiertos por la pareja.

Respuesta pregunta 10: Artefactos nada más.

Respuesta pregunta 11: Todavía no.

62. Entrevista a Victoria Quispe, empresa Milla y Qaytu EIRL

Respuesta pregunta 1: Desde el 2017

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Igual que mi compañera pienso, el pago esta de acuerdo a otras empresas.

Respuesta pregunta 5: Si pero no tanto

Respuesta pregunta 6: Si están y nos ayuda mucho a mejorar.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública en mi caso.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: Recién más adelante.

63. Entrevista a Luis Rodríguez, empresa Brisan

Respuesta pregunta 1: Desde el 2016

Respuesta pregunta 2: Máquina de tejido

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si han aumentado el pago por hora.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si son mensuales, viene a revisar si lo hacen me han dicho.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: Recién.

64. Entrevista a Juan Alvarez, empresa Brisan

Respuesta pregunta 1: Desde el 2016

Respuesta pregunta 2: Máquina de tejido

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si claro , vi que aumento un poco las ventas y han aumentado el pago al personal fijo.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si y son de mucha ayuda.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría, pero siempre apoya que la pareja también trabaje.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: En planes.

65. Entrevista a Luisa Ortiz, empresa Brisan

Respuesta pregunta 1: Desde el 2017

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si estuve en la capacitaciones iniciales y nos comentaron todo lo relacionado al comercio justo, claro y luego hubo otras relacionadas con mi puesto

Respuesta pregunta 7: En jardín, es privada.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría, pero siempre apoya que la pareja.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: Nada.

66. Entrevista a Moisés Mendoza, empresa Runakay

Respuesta pregunta 1: Desde el 2017

Respuesta pregunta 2: Máquina tejido industrial

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron, pero va de acuerdo al mercado laboral.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: En Runakay si capacitan, vi que obtuvieron una certificación y producción nos hablo de ese tema.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es pública la escuela.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubriría.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: No.

67. Entrevista a Álvaro Barra, empresa Runakay

Respuesta pregunta 1: Desde el 2017

Respuesta pregunta 2: Máquina tejido industrial

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si aumentaron, tal como dijo mi amigo.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si y más para los que manejamos estas máquinas nuevas.

Respuesta pregunta 7: En primaria, es público el colegio.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: A las justas diría pero si cubre.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: No.

68. Entrevista a Dominga Castro, empresa Runakay

Respuesta pregunta 1: Desde el 2016

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, si comparo desde que entre ha aumentado.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Si, y me ayuda mucho este tipo de capacitaciones sobre tejido porque puedo realizar otras actividades en la empresa.

Respuesta pregunta 7: En secundaria, es público.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Si cubre , pero me apoya en los gastos mi pareja.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: Todavía.

69. Entrevista a Sonia Cateriano, empresa Runakay

Respuesta pregunta 1: Desde el 2016

Respuesta pregunta 2: Remallado

Respuesta pregunta 3: Mensual

Respuesta pregunta 4: Si, han aumentado el sueldo será un 20% más.

Respuesta pregunta 5: Si tengo ahorros.

Respuesta pregunta 6: Sí las capacitaciones nos ayudan a mejorar y tener confianza en lo que hacemos.

Respuesta pregunta 7: En primaria, la escuela es pública.

Respuesta pregunta 8: Si tengo seguro social.

Respuesta pregunta 9: Bueno yo creo que sí.

Respuesta pregunta 10: Todavía.

Respuesta pregunta 11: No.